

Miten tradenomit arvioivat omia edellytyksiään perustaa kannattava yritys valmistumisen jälkeen?

Opiskelevien- ja valmistuneiden tradenomien edellytysten eroavaisuudet kannattavan yrityksen perustamisessa.

LAB-ammattikorkeakoulu

Tradenomi (AMK), Liiketalous

2022

Aleksander Kartalenko ja Jerri Lamminpää

Tiivistelmä

Tekijä(t) Lamminpää Jerri, Kartalenko Aleksander	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 58	Valmistumisaika 2022
Työn nimi Miten tradenomit arvioivat omia edellytyksiään perustaa kannattava yritys valmistumisen jälkeen? Opiskelevien- ja valmistuneiden tradenomien edellytysten eroavaisuudet kannattavan yrityksen perustami-		
Tutkinto Tradenomi (AMK)		
Toimeksiantajan nimi, titteli ja organisaatio Toimeksiantajana toimii Tradenomiliitto TRAL ry		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää tradenomien kiinnostusta perustaa tutkinnon jälkeen päätoiminen yritys ja tutkia millaiset mahdollisuudet heillä on omasta mielestään perustaa kannattava yritys heti valmistumisen jälkeen. Tutkimusmenetelminä käytettiin kyselytutkimusta ja niitä analysoitiin muun muassa ristiintaulukoineilla. Kyselytutkimus on yksi kvantitatiivisen tutkimuksen muodoista. Työn tavoitteena oli saada mahdollisimman monen tradenomien näkemykset omiin valmiuksiin yrittäjäksi ryhtymisessä. Yksi opinnäytetyön tavoitteista oli madaltaa kynnystä oman yrityksen perustamiseen heti tradenomitutkinnon suorittamisen jälkeen. Tutkimuksen aluksi oli esitelty erilaisia käsitteitä yrittäjyyteen liittyen ja laajemmin kerrottu yrittäjyyteen liittyvästä teoriasta.</p> <p>Tutkimus toteutettiin yhteistyössä Tradenomiliiton kanssa, joka toimi meidän toimeksiantajanamme. Tradenomiliitto osallistui tutkimuksen tekoon pääasiassa kyselyiden suunnittelussa, toteutuksessa ja jakelussa. Kyselytutkimuksen lisäksi opinnäytetyössä on pyritty avaamaan yrittäjyyteen liittyviä käsitteitä ja mahdollisia keinoja parantaa yrityksen kannattavuutta.</p> <p>Tuloksista käy ilmi, että suurimmalla osalla tradenomeista ei omasta mielestään ole suoraan valmistumisen jälkeen riittäviä valmiuksia kannattavan yrityksen perustamiseen. Kuitenkin kaikki niistä, jotka päättivät perustaa yrityksen valmistumisen jälkeen toimivat kannattavasti.</p>		
Asiasanat Yrittäjyys, Kannattavuus, Tradenomi, Kysely		

Abstract

Author(s) Lamminpää Jerri. Kartalenko Aleksander	Type of Publication Thesis, UAS Number of Pages 58	Published 2022
Title of Publication How Bachelor of Business Administrations evaluates their own abilities to start a profitable company after graduating? Differences between Bachelor of Business Administration students and graduates to start a profitable company		
Name of Degree Bachelor of Business Administration (University of applied sciences)		
Name, title and organization of the client Our employer was Tradenomiliitto TRAL ry		
<p>The purpose of this thesis was to find out Bachelor of Business Administrations interests to start a business after graduating and research what kind of possibility they think they must start a profitable company right after graduating. As research tools there were used mainly survey study, which is a quantitative research tool. Purpose of this thesis was to get as many Bachelor of Business Administration Students views on own abilities for starting an own business. Also, one reason for this thesis was to lower threshold for starting a business right after graduating. At the beginning of this thesis, there were introduced different concepts regarding entrepreneurship and comprehensively explained different theories about entrepreneurship.</p> <p>The research was conducted in collaboration with the Tradenomiliitto TRAL ry, which acted as our employer. The Tradenomiliitto TRAL ry participated in the research mainly in the design, implementation and distribution of the surveys. In addition to the surveys, in this thesis was opened up concepts related to entrepreneurship and possible ways to improve the company's profitability. The results show that most Bachelor of Business Administrations do not consider themselves to have sufficient abilities to set up a prof-</p>		
Keywords Entrepreneur, Viability, Bachelor of Business Administration, Survey		

SISÄLLYS

1	Johdanto.....	1
1.1	Taustaa ja yhteistyökumppanin esittely.....	1
1.2	Työn rakenne.....	1
2	Taidoilla ja persoonallisuuspiirteillä yhteys yrityksen kasvuun.....	2
2.1	Yrittäjän persoonallisuuspiirteet	2
2.2	Yrittäjän taidot.....	4
3	Mahdollisia keinoja vaikuttaa yrityksen menestymiseen ja kannattavuuteen	7
3.1	Liiketoiminnan kehittäminen.....	7
3.2	Hinnoittelu	8
3.3	Kasvuyritys ja yrityksen koko	9
3.4	Toimintaympäristö	10
3.5	Tuotanto- ja asiakaslähtöinen ajattelutapa.....	11
3.6	Asiakkaiden hankkiminen	12
3.7	Verkostot	13
3.8	Alustat	15
4	Suomen Yrittäjät -järjestön yrittäjätutkimukset ja julkaisut	18
4.1	Suomen Yrittäjät -järjestön tutkimusten käyttö	18
4.2	Opiskelijasta yrittäjäksi 2019 – Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyys ja yrittäjyysshalukkuus	18
4.3	Yrittäjägallup 2021: Yrittäjän osaamisen kehittäminen	19
4.4	Pk-yritysbarometrit 2021	20
4.5	Digibarometri 2021 – Vuosikymmen verkkokauppaa ja alustataloutta.....	21
4.6	Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometri 2021	22
5	Tradenomien opinnot ja yrittäjyys	24
5.1	Tradenomien opinnot.....	24
5.2	Käsitteen rajaaminen.....	24
5.3	Yrittäjyys.....	25
5.4	Yritysmuotoja.....	25
5.5	Kannattava yritys käsite.....	26
5.6	Tunnuslukuja	26
5.7	Kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden tunnuslukuja.....	26
5.8	Tunnuslukujen tulkitseminen.....	27
6	Tutkimuksen toteutus.....	28
6.1	Tutkimuksen eteneminen.....	28

6.2	Tutkimuksen ongelma, tavoitteet ja rajaukset	28
6.3	Tutkimuksen teoreettinen viitekehys, tutkimusstrategia ja tiedonkeruumenetelmä 29	
6.4	Aineiston kerääminen	31
6.5	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	31
7	Kyselytutkimusten tulokset	33
7.1	Kyselyiden tulokset	33
7.2	Opiskelijoiden yrityskysely	33
7.3	Valmistuneiden Tradenomien yrittäjyyskysely	43
8	Pohdinta ja johtopäätökset	52
8.1	Kyselyiden johtopäätökset	52
8.2	Tutkimuksen pohdinta ja johtopäätökset	53
	Lähteet	55

KUVAT

Kuva 1.	Pk-yritysbarometri: Yritysten tärkeimmät kehittämistarpeet (Taloustutkimus)	7
Kuva 2.	Verkostotutkimuksen teorioita (Järvensivu 2019)	13
Kuva 3.	Yrittäjägallup: Kuinka helppoa on löytää itselle sopivaa koulutusta? (Kantar 2021)	19
Kuva 4.	Pk-yritysbarometrin suhdannenäkymät ja BKT:n määrän muutos. (Taloustutkimus 2021)	20
Kuva 5.	Opiskelevien tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen.	33
Kuva 6.	Opiskelevien tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen opiskeluvuodet huomioon otettuna.	34
Kuva 7.	Opiskelevien tradenomien kiinnostus kannattavan yrityksen perustamiseen heti valmistumisen jälkeen	35
Kuva 8.	Opiskelevien tradenomien suoritetut muun alan opinnot	35
Kuva 9.	Opiskelevien tradenomien yrittäjälle tyypilliset persoonallisuuspiirteet.	36
Kuva 10.	Opiskelevien tradenomien vapaa-ajan käyttäminen valmiuksien lisäämiseen yrittämisessä.	37
Kuva 11.	Opiskelevien tradenomien tietämys tulojen lisäämisen ja menojen karsimisen keinoista.	38
Kuva 12.	Opiskelevien tradenomien verkostot yritystoimintaan.	39
Kuva 13.	Opiskelevien tradenomien verkostojen hyödyllisyys yrityksen kannattavuuden parantamiseen.	40
Kuva 14.	Opiskelevien tradenomien puutokset liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen	40
Kuva 15.	Opiskelevien tradenomien puutokset liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen lukuvuodet huomioon otettuna	41
Kuva 16.	Opiskelevien tradenomien työkokemus	42
Kuva 17.	Opiskelevien tradenomien tarve työkokemukselle ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä.	43

Kuva 18. Valmistuneiden tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen.	44
Kuva 19. Valmistuneet tradenomit päätoimisena yrittäjänä.	45
Kuva 20. Yrityksen perustamisen ajankohta päätoimisilla yrittäjillä.	46
Kuva 21. Valmistuneiden tradenomien yrittäjälle tyypilliset persoonallisuuspiirteet.	46
Kuva 22. Valmistuneiden tradenomien suoritetut muun alan opinnot.	47
Kuva 23. Valmistuneiden tradenomien verkostot yritystoimintaan.	48
Kuva 24. Valmistuneiden tradenomien verkostojen hyödyllisyys yrityksen kannattavuuden parantamiseen.	48
Kuva 25. Valmistuneiden tradenomien tietämys tulojen lisäämisen ja menojen karsimisen keinoista.	49
Kuva 26. Valmistuneiden tradenomien vapaa-ajan käyttäminen valmiuksien lisäämiseen yrittämisessä.	50
Kuva 27. Valmistuneiden tradenomien työkokemus.	51

LIITTEET

Liite 1. Opiskelevien tradenomien kyselykysymykset

Liite 2. Valmistuneiden tradenomien kyselykysymykset

1 Johdanto

1.1 Taustaa ja yhteistyökumppanin esittely

Aihe opinnäytetyöhön on valittu puhtaasta mielenkiinnosta yrittäjyyttä kohtaan. Työssä halutaan etsiä tradenomeille sekä toimeksiantajalle vastausta tutkimuskysymykseen.

Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiö Otuksen tutkimuksesta selvisi yrittäjyyshalukkuutta löytyvän korkeakouluopiskelijoiden keskuudesta, joista joka kolmas haluaisi valmistuttuaan yrittäjäksi. (Otus 2019.) Opinnäytetyössä haluttiin selvittää, kuinka paljon halukkuutta ja kykyä yrittäjäksi tradenomeilta löytyy. Parhaimmassa tapauksessa tradenomiopiskelijoita saadaan rohkaistua aloittamaan pienemmällä kynnyksellä yritystoiminta valmistumisen jälkeen. Tutkimuksen avulla pyritään lisäämään mielenkiintoa yrittäjyyttä käsittelevien tutkimusten tekemiselle ja tutkimukselle toivotaan jatkotutkimuksia erilaisilla näkökulmilla.

Toimeksiantajana toimii Tradenomiliitto TRAL ry. Tradenomiliitto toimii tradenomiopiskelijoiden tukena erilaisissa ongelmissa ja erityisesti he auttavat työelämän eri kysymyksissä. Tradenomiliitto toimii yhtä lailla valmistuneiden tradenomien tukena. Opinnäytetyö toteutetaan kyselytutkimuksena. Tradenomiliitto lähettää kyselyt heidän jäsenillensä, jotka ovat nykyisiä tai entisiä tradenomiopiskelijoita.

1.2 Työn rakenne

Työn ensimmäiset kappaleet avaavat yrittäjän persoonallisuuspiirteitä ja taitoja, ja jatkuu kannattavuuden parantamiskeinojen esittelyillä. Kaikki seuraavaksi esitellyt osat, ovat tärkeitä yrityksen toiminnan ymmärtämisessä ja edesauttavat tutkimuksen tärkeintä tavoitetta, kannattavan yrityksen perustamisessa. Alkuvaiheessa käydään muitakin käsitteitä tarkemmin läpi, jonka jälkeen selvitetään mahdollisia keinoja yrityksen menestymisen ja kannattavuuden parantamiseen. Työn keski- ja loppuosassa käydään läpi tradenomien ja valmistuneiden tradenomien tutkimuksia ja niiden tuloksia.

Tutkimukseen voidaan asettaa monia hypoteeseja ja opinnäytetyö vastaa kattavasti moneen eri kysymykseen. Yksi hypoteesi, jolle pyritään saamaan vastaus, on että tradenomitutkinto on riittävä tutkinto yrittäjyydelle, ja yrityksen voi perustaa ennen valmistamista.

2 Taidoilla ja persoonallisuuspiirteillä yhteys yrityksen kasvuun

2.1 Yrittäjän persoonallisuuspiirteet

Yrittäjän persoonallisuutta ja sen yhteyttä yrityksen kasvuun on tutkittu Jyväskylän yliopistossa väitöskirjassa ”Yrittäjän persoonallisuus ja sen yhteys yrityksen kasvuun Big Five –teorian mukaan tarkasteltuna”. Tutkimuksella oli neljä tavoitetta: Kartoittaa yrittäjän persoonallisuus validilla persoonallisuustestillä, tunnistaa suora yhteys persoonallisuuspiirteiden ja yrityksen kasvun välillä, Tunnistaa muita yrityksen kasvuun vaikuttavia tekijöitä ja arvioida tekijöitä, joiden kautta persoonallisuus on yhteydessä yrityksen kasvuun. Tutkimuksessa on siis pääasiassa selvitetty, voidaanko Lewis Goldbergin persoonallisuusteorian mukaan tarkasteltuna todeta persoonallisuuspiirteillä olevan yhteys yrityksen kasvuun. (Heikkinen 2007.)

Väitöskirjatutkimukseen valittiin kattavat korrelatiiviseen tutkimusasetelmaan sopivat tilasto- ja analyysimenetelmät. Persoonallisuusmittarina siinä käytettiin Big Five- teoriaan perustuvaa viiden faktorin mukaista PK5-testiä. Big Five –faktoreita ovat Extroversio, Sovinnollisuus, Tunnollisuus, Tasapaino ja Avoimuus eli nämä asiat olivat isoja vaikuttavia tekijöitä testissä. Yhteys löydettiin persoonallisuuspiirteiden ja yrityksen kasvun väliltä ja se voidaan todistaa ainakin niillä mittareilla, joita tutkimuksessa käytettiin. Tutkimuksessa todettiin, että erilaiset persoonallisuuspiirteet näyttävät asennoituvan eritavoin kasvuun, mittaavan kasvua eritavoin ja valitsevan erilaisia kasvustrategioita. Lisäksi todettiin, että yhteyttä arvioidessa keskeisin valinta on, se millä kasvua mitataan. Jos tavoitellaan kannattavuuden paranemista tai liikevaihdon kasvua, ei välttämättä tavoitella henkilömäärän kasvua. (Heikkinen 2007.)

Kasvua voidaan tarkastella laadullisen ja määrällisen kasvun kautta. Menestyneimpiä yrityksiä ovat edellä mainitun tutkimuksen mukaan ne, joissa yrittäjän persoonallisuus ja liikeidea tukevat toisiaan. Kasvu ei ole sattumanvaraista vaan, se perustuu yrittäjän kasvumotivaatioon, eli yrityksessä on asetettu selkeitä tavoitteita tulevaisuuteen. Tietyillä persoonallisuuspiirteillä oli huomattu olevan selkeä yhteys kasvumotivaatioon. Tutkimuksessa todetaan, ettei yleisesti hyväksyttyä kasvuteoriaa ole, mutta kasvumalleja löytyy useita. Tutkimuksessa käytettiin neljää kasvua mittaavaa muuttujaa, jotka ovat kasvumotivaatio, kasvustrategia, taidot ja ympäristö. Näiden yhteyttä tutkittiin persoonallisuuspiirteisiin. (Heikkinen 2007.)

Sopivat persoonallisuuspiirteet eivät takaa menestyvää yritystä ja erilaisilla toimialoilla työskentely edellyttää erilaiset persoonallisuuspiirteet. Voidaan kuitenkin sanoa näiden tukevan yrittäjyyttä. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019.) Suomi.fi- sivulta löytyy neljä yrittäjän

persoonallisuuspöirrettä. Niitä ovat itsenäisyys, riskinottoikyky, kunnianhimo ja innovatiivisuus. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019.) Kunnianhimon merkityksellisyys näkyy menestyvien yrittäjien urapoluissa, joissa kunnianhimo yhdistää heitä toimialasta riippumatta. Hyvinä esimerkkeinä tästä ovat muun muassa JARI PEKKA-liikenneaseman perustaja Jari-Pekka Koponen, Päätytuote Oy:n toimitusjohtaja Anni Kinnunen ja Nelko Oy:n toimitusjohtaja Petri Korhonen. Kyseiset menestyjät toimivat erilaisilla aloilla yrittäjinä. Koponen kertoo saaneensa ensimmäisen kosketuksensa työelämään auttaessaan isäänsä ojitustöissä 14-vuotiaana. Koponen kertoo halunneensa kaivinkoneen kuljettajaksi, muttei hän osannut kaivaa suoraa ojaa, joten hän lähti opiskelemaan autonasentajaksi ja ajoneuvonasentajaksi. 20-vuotiaana opintojen jälkeen hän perusti yrityksen ja teki isänsä kanssa yhteistyönä ojitustöitä. Samaan aikaan hän opiskeli autoteknikon tutkintoa. Koulutusten jälkeen Koponen perusti JARI-PEKKA-liikenneaseman. Kuposella oli ollut idea mielessään jo murrosikäisenä, kun hänen setänsä ehdotti huoltoaseman perustamista tontilleen. (Ruuskanen 2020.)

Mainituista menestyjistä Kinnunen puolestaan syntyi kiireiseen yrittäjäperheeseen. Kinnunen suoritti tutkinnon kauppaopistossa sekä opiskeli tämän jälkeen kansainvälisenkaupan tradenomitutkinnon. Tämän jälkeen hän teki töitä tuotepäällikkönä K-kauppiasliitossa. Ensimmäinen kosketus yrittäjyyteen avautui, kun hänen isällään oli kaksi yritystä ja Kinnunen sai mahdollisuuden johtaa toista perheyrytyksistä. Kinnunen kertoo olleensa aikanaan päättänyt, ettei hänestä koskaan tulisi yrittäjää. Kuitenkin hyvän mahdollisuuden tultua, hän koki tämän hienona mahdollisuutena, päätti ottaa haasteen vastaan ja katsoa mitä elämä tuo eteen yrittäjänä. (Ruuskanen 2020.)

Aiemmin mainittujen tutkintojen lisäksi, Kinnunen opiskeli yrittäjyyden ohessa terapeuttisen sielun hoidon koulutuksen, metallurgiaa sekä kurssimuotoisesti taloushallintoa, hallitustyöskentelyä ja yritysjohtajuutta. Myös Petri Korhonen syntyi yrittäjäperheeseen. Hän tienasi jo nuorena poikana isänsä kalustefirmassa liiemalella lastulevyrunkoihin porattuihin reikiin puisia poratappeja. Korhonen kertoo isänsä esimerkin innoittaneen yritysmaailmaan, joten hän opiskeli markkinointimerkonomiksi kauppaopistossa. Hänen isänsä ja sedät olivat tehneet useita yrityskauppoja ja perustaneet uuden perheyhtiön nimeltä Nelko-keittiöt, jossa Korhosesta tuli toimitusjohtaja. Kun uutta perheyrytystä oltiin perustamassa, Korhonen opiskeli nuorten toimitusjohtajien koulutusta, joka antoi valmiuksia tulevien haasteiden kohtaamiseen. (Ruuskanen 2020.)

Palkkatyöstä lähdetään monesti yrittäjäksi sen tuoman vapauden ja itsenäisyyden vuoksi. Yrittäjiltä löytyy monesti halu hoitaa asiat omalla tavallaan ja tarve vapauteen. Vapaus voi näkyä, vaikka siinä ettei yrittäjän tarvitse rutiininomaisesti herätä töihin tiettyyn kellonaikaan

ja toimisto voi olla vaikkapa kotona. Ylipäättään yrittäjä päättää itsenäisesti tai kanssaryrittäjien kanssa yrityksen asioista, valta on siis kokonaan tai osittain itsellä. (Holvi 2021.)

Osuuspankin teettämän yrittäjyystutkimuksen mukaan suomalaisista erityisesti nuoret haaveilevat yrittäjyydestä. Motivaatiotekijöinä yrittäjyyteen liittyen nousivat työn tekemisen vapaus ja itsenäisyys. Kyselytutkimuksen toteutti Taloustutkimus Oy, jonka laatimissa johtopäätöksissä painotettiin motivaatiotekijöiden muuttuneen verrattaessa vastaavanlaiseen Taloustutkimuksen toteuttamaan yrittäjyystutkimukseen vuonna 2011. Siinä tutkimuksessa hyvät tulot olivat kolmen kärjessä, kun Osuuspankin tutkimuksessa kolme suurinta syytä olivat itsenäisyys, vapaus ja työn tekeminen itselleen. Osuuspankin tutkimuksessa päätelään yrittäjyydessä houkuttelevan työn merkityksellisyys ja laadulliset tekijät. (Taloustutkimus 2022.)

Riskinottokyky tarkoittaa kykyä sietää riskiä. Yrittämisessä on monia riskejä, jotka ovat usein taloudellisia. Kilpailun kiristyminen tai ostohintojen kiristyminen voivat vaikuttaa yrityksen talouteen. Henkilöstölle pitää maksaa palkkaa heikkoinakin aikoina, kun kassa on tyhjiillään. (PK-luotto 2021.) Yrittäjyydessä voi olla sisäisiä ja ulkoisia riskejä. Osaan niistä ei voida aina itse vaikuttaa esimerkiksi toimialaan liittyvät suhdanteet. Ulkoisia riskejä voivat olla byrokratian, lainsäädännön ja markkinoiden vaihtelut, esteet tai muutospaineet. Sisäisiä riskejä voivat puolestaan olla yrityksen omistajien ja henkilöstön osaamisen riittävyys, tuotekehitys ja asiakkaiden hankinta. (Duunitori 2015.)

Alihankkijat ja yhteistyökumppanit voivat kohdata ongelmia, jotka heijastuvat yrityksen toimintaan. Yrityksen omaisuuteen, henkilöstöön ja tuotantoprosesseihin kohdistuvat riskit voisivat olla esimerkkejä riskeistä, joihin voidaan vaikuttaa. Innovatiivisuus eli helpommaksi muotoiltuna luovuus ja ongelmanratkaisutaito on arvostettu piirre työntekijällä ja innovatiivisia henkilöitä tarvitaan yrityksissä. Yrittäjälle innovatiivisuus tuo kilpailukykyä jatkuvasti muuttuvilla markkinoilla. (Duunitori 2015.)

Innovoinnissa tarkoituksena on tarpeiden analysoiminen, ratkaisujen kehittäminen, kehitettyjen ratkaisujen käyttöönottoprosessien kehittäminen ja niiden jatkuvan käytön tukeminen ja arviointi. Innovaatio vaatii ainakin käyttöönottajan, käyttöönotettavan asian ja käyttöönottoprosessin ollakseen innovaatio. Innovatiivinen henkilö suostuu ja kykenee ottamaan itselleen uusia ja tarpeellisia asioita helposti käyttöön. (Peda 2013.)

2.2 Yrittäjän taidot

Yrittäjän taidot jaetaan ainakin kolmeen tärkeään asiaan, joita ovat toimialan tuntemus, yrittäjyystaidot ja kehittyminen yrittäjänä. Työkokemus, opinnot, harrastukset sekä kontaktit alan toimijoihin ja asiakkaisiin ovat asioita, joista kertyy toimialatuntemusta. Yrittäjällä täytyy

olla tietämystä yritystoiminnasta ja taloushallinnosta. Toiminnan suunnitteleminen, johtaminen ja ideoiden kehittäminen ovat keskeisiä yrittäjyystaitoja. Ammattitaidon kehittäminen, kilpailukyvyyn ylläpito, ja liiketoiminnan kehittäminen liittyvät kehittymiseen yrittäjänä (Suomi 2021.) Ammattitaito kuuluu yrittäjän tärkeimpiin edellytyksiin. Vahva oman alan osaaminen takaa paremmat mahdollisuudet pärjätäkseen paremmin alallaan. (Roininen 2011, s. 75.)

Toimialatuntemus kuuluu yrittäjyystaitojen lisäksi myös ammattitaitoon. Oman toimialan ammattitaitoja olisi hyvä kehittää jatkuvasti esimerkiksi täydentävillä koulutuksilla, joiden avulla voi saada uusia ideoita sekä ratkaisuja yritystoimintaan yrityksen kilpailukyvyyn parantamiseksi. (Suomi 2021.) Suomessa suoraan yrittäjyyteen suuntautuvia ammattikorkeakouluopintoja voi opiskella ainakin Haaga-Helian-, Lapin-, Satakunnan- ja Tampereen ammattikorkeakoulussa. Monissa muissa ammattikorkeakouluissa voi suorittaa yrittäjyyskursseja täydentävinä opintoina. (Opintopolku 2021.)

Suomesta löytyy myös ainakin kaksi ammattikorkeakoulua, joissa perustetaan tiimin kanssa yritys ja opitaan yrittämisestä koulun ja yrittämisen yhteydessä. Kyseiset opinnot antavat opiskelijoille laajan kuvan ja kokemuksen yrittämisestä. Opinnoissa pääsee työskentelemään ja oppimaan tiimeissä sekä mukaan projekteihin ja yritysvierailuihin. (Kopra 2021.) Haaga-Heliassa liiketalouden tradenomi voi valita suuntautumiseksi yrittäjyyden. Tutkinnon kuvauksessa painotetaan yrittäjyysosaamisen tarvetta kaikissa töissä. Monissa töissä työskennellään jatkuvasti muuttuvien yritysten ja verkostojen ympärillä. Opinnoissa voidaan kehittää yritysasiatuntijan, aloittavaan yrittäjän, yrityksen kehittäjän ja kasvattajan tietotaitoja. (Haaga-Helia 2021.)

Jyväskylän ammattikorkeakoulun Tiimiakatemia opiskelijoista 91 % työllistyy heti valmistuessa ja 43 % jatkaa yrittäjänä. (Tiimiakatemia 2021). Tampereen ammattikorkeakoulun Proakatemiasta yli 35 % opiskelijoista jatkaa yrittäjänä heti valmistumisen jälkeen. (Proakatemia 2021). Proakatemia mukaan heiltä valmistuu ammattitaitoisia tiimiyrittäjiä, jotka osaavat vastata tulevaisuuksien haasteisiin. (Proakatemia 2021). Edellä mainittujen suoraan yrittäjyyteen painottuvien opintojen lisäksi ainakin Lab ammattikorkeakoulussa liiketalouden tradenomiopintoihin kuuluu pakollisia opintoja, jotka kehittävät yrittäjyystaitoja. Tämän lisäksi voi täydentää siihen liittyvää osaamista ottamalla aihepiiriin liittyviä vapaasti valittavia opintoja kehittääkseen yrittäjyystaitoja. (Lab 2021.)

Yrittäjän persoonallisuuspiirteet- kappaleessa mainitun Jari-Pekka Koposen käymät koulutukset eivät opettaneet yrittäjyyteen liittyviä asioita, vaan hän sai yrittäjyysopin Nesteen järjestämästä kurssista perustaessaan liikenneaseman. Koposen puheista huomaa, kuinka tärkeää oli saada edes Nesteen järjestämä yrittäjyyskurssi käytyä. Anneli Kiljunen puolestaan huomasi opiskellessaan johtamisen ja yritysjohtamisen erikoisammattitutkintoa

koulutusten merkityksen yrittäjyystaitojen kehittämisessä ja päätti koulutuksen jälkeen olevansa ikuinen opiskelija. Myös Petri Korhosen tarinasta käy ilmi, että toimitusjohtajan tehtävään valmistauduttiin koulutuksilla ja tämän lisäksi Korhonen sai vahvaa tukea yrittäjäperheeltä. (Ruuskanen 2020.)

3 Mahdollisia keinoja vaikuttaa yrityksen menestymiseen ja kannattavuuteen

3.1 Liiketoiminnan kehittäminen

Liiketoiminnan kehittämiseen liittyy vähintäänkin neljä tärkeää teemaa, jotka jaetaan yrityksen johtamiseen, markkinointiin ja myyntiin, osaamisen kehittämiseen sekä laadunhallintaan (Suomi 2021). Etenkin myynti ja markkinointi nostettiin viimeisimmässä Pk-yritysbarometrissä tärkeäksi (Pk-yritysbarometri 2021). Niiden lisäksi tulee ymmärtää muitakin osakokonaisuuksia kehittämiseen liittyvistä asioista (Suomi 2021).

Seuraava kuva on Taloustutkimus Oy:n toteuttamasta Pk-yritysbarometrasta vuonna 2021, jossa suomalaiset yrittäjät ovat nostaneet esiin kehittämistarpeitaan oman yrityksen osalta. Kyselytutkimuksen tulokset esitetään palkkikaavion avulla.



Kuva 1. Pk-yritysbarometri: Yritysten tärkeimmät kehittämistarpeet (Taloustutkimus)

Yrityksen johtaminen jaetaan strategiseen- ja operatiiviseen johtamiseen, joista strategisessa on kyse toiminnan suunnittelusta pitkällä tähtäimellä ja operatiivisella tarkoitetaan päivittäisen toiminnan johtamista. Johtamiseen liittyy myös johtamismallit, joita ovat esimerkiksi laatu-, henkilöstö-, tavoite- ja prosessijohtaminen. Yritys ottaa käyttöönsä mallit, jotka

koetaan tarpeellisiksi. Kun halutaan kehittää asiakastytyvyyttä, puhutaan laatujohtamisesta ja prosessijohtamisella voidaan parantaa yrityksen suorituskykyä. Yritys tarvitsee menestyäkseen sekä strategista- että operatiivista johtamista. Operatiiviset toimet tähtäävät strategisiin tavoitteisiin, joten molemmat ovat yhtä tärkeitä. (Suomi 2021.)

Tänä päivänä puhutaan jonkin verran tietojohdamisesta, jolle ei löydy vakituista tai täsmällistä määritelmää, mutta sillä tarkoitetaan tietojärjestelmiin kertyneen datan hyödyntämistä johtamisessa. Sillä ei tarkoiteta yksittäistä päätöstä vaan jatkuvaa prosessia. Eli prosessissa kerätään, analysoidaan, jaetaan ja tallennetaan tietoa, jota on tarkoitus käyttää yrityksessä osana päätöksentekoa. Tietojohdamisella pyritään edistämään organisaation tavoitteisiin pääsyä ja kilpailukykyä aineettoman pääoman avulla. (Tietojohdaminen 2021.)

Hinnoittelulla voidaan vaikuttaa kilpailukykyyn ja kannattavuuteen. Myyntiä voidaan kehittää monilla muillakin tavoilla, kuten sopivien jälleenmyyjien ja jakelukanavien hyödyntäminen. (Suomi 2021.) Niiden lisäksi esimerkiksi kehittämällä myyntiprosessia, joka alkaa asiakkaan tarpeesta. Tämän jälkeen tulee kysymys, että voiko yrityksen tuote tai palvelu tyydyttää asiakkaan tarpeen. Voiko siis tuote tai palvelu ratkaista asiakkaan ongelman. Tärkeä asia on kyetä tunnistamaan mitä asiakas tarkalleen haluaa tuotteelta ja palvelulta. Jos asiakas vaikkapa etsii tietokonetta Windowsin käyttöjärjestelmällä ja yritys myy kyseisen käyttöjärjestelmän tietokoneita niin yritys voi ainakin siltä osin täyttää asiakkaan tarpeen. Jos yrityksen tietokoneista puuttuu jokin ominaisuus, mitä asiakas tarvitsee tietokoneelta niin tarvetta ei voida täysin tyydyttää. Yritys voi tehdä jatkossa, jotain paremmin, jotta seuraava asiakas saa tietokoneelta kaikki haluamansa ominaisuudet. (Äijö 2015.)

Laadunhallinnalla voidaan vaikuttaa asiakas tyytyväisyyteen, kannattavaan liiketoimintaan, sekä kilpailukykyyn säilyttämiseen ja kasvattamiseen. Sanalla laatu tarkoitetaan tässä yhteydessä kaikkia tuotteen piirteitä ja ominaisuuksia, joilla täytetään asiakkaan tarpeet ja odotukset. (Suomi 2021.)

Itsensä kehittäminen voi tapahtua vaikkapa yrittäjäosaamisen ja ammattitaidon kehittämisen kautta erilaisilla kursseilla ja valmennuksilla. Henkilökunnan kehittäminen tarjoamalla koulutusmahdollisuuksia voi vahvistaa yrityksen kilpailukykyä ja työntekijöiden motivaatiota. (Suomi 2021.)

3.2 Hinnoittelu

Oikeanlainen hinnoittelu on yksi tärkeimmistä tekijöistä kannattavassa liiketoiminnassa. On tärkeää laskea kuinka paljon tuote tai palvelu maksaa itselle, ennen kuin sille annetaan hinta. Hinnoittelussa olisi tärkeä huomioida ainakin asiakkaat, kilpailijat ja kustannukset. Yleisesti käytössä olevat hinnoittelumallit ovat hyviä apuja hinnoittelussa. (Uusyrittäjäkeskus

2021.) Arvoperusteisessa hinnoittelussa hinta muodostuu asiakkaalle tuotetusta arvosta. Tulisikin miettiä mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan (Uusyrittyskeskus 2021). Asiakas voi maksaa esimerkiksi laadusta, imagosta tai hyvästä palvelusta (Uusyrittyskeskus 2021). On tärkeää tuntea kohderyhmä, jolle arvoa lähdetään tuomaan (Business Finland 2021).

Markkinaperusteisen hinnan muodostuminen riippuu kysynnästä ja tarjonnasta. Jos kilpailijat myyvät tiettyyn hintaan niin yritys voisi päättää myydä hieman kilpailijaa halvemmalla, jotta saisi hinnoittelulla aikaiseksi kilpailuedun. (Uusyrittyskeskus 2021.) Hinnoittelussa tulisi huomioida kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita maksamaan samankaltaisista tuotteista ja palveluista. Tässä hinnoittelussa tulee voimakkaasti esiin hinta-laatusuhde. (Business Finland 2021.)

Kustannusperusteisessa hinnoittelussa hinta muodostuu omakustannushinnasta ja voittomarginaalista. Hinnoittelukertoimella kerrotaan muuttuvat kustannukset ja niin saadaan myynti hinta. (Uusyrittyskeskus 2021.) On arvioitava myyntien määrä ja suhteutettava se hintaan, sillä tuotteen valmistelu voi viedä työtunteja, joka tulee sisällyttää hintaan (Business Finland 2021). Lisäksi olisi hyvä ottaa huomioon markkinat ja millaisilla hinnoilla omat tuotteet ja palvelut kilpailee niin kuin markkinaperusteisessa hinnoittelussa (Business Finland 2021).

3.3 Kasvuyritys ja yrityksen koko

Yritys voi olla lähtökohtaisesti kasvuhakuinen. Kasvuyrityksen määritelmän mukaan lähtötyöllisyys on vähintään 10 henkeä ja seuraavan kolmen vuoden aikana henkilöstön keskimääräinen vuosikasvu ylittää 20 prosenttia. Yritystoiminnan kasvua voidaan kuitenkin mitata myös liikevaihdolla. Yrityksen kasvua voi hakea määrätietoisesti eri tavoilla. Kasvu perustuu omistajien kasvuhalulle, hyvälle liikeidealle ja vahvalle osaamiselle. Yksi kasvun edellytys on melkein poikkeuksetta lisärahoituksen hankkiminen. Lisäksi tarvitaan halua ja kykyä kasvuun. Kasvuun on muun muassa nämä neljä keinoa: laajeneminen Suomessa tai ulkomailla, kilpailijan ostaminen, tuotekehitys ja innovaatio ja osaamisen kehittäminen. (Yrittäjät 2021.)

Omalle yritykselle tulisi löytää sopiva kokoluokka. Yrityksessä voi olla aluksi hyvin pieni määrä henkilöstöä ja työvoimaa voidaan palkata tarpeen mukaan lisää. Yrityksen arvoa voidaan mitata muillakin tavoilla kuin kasvulla. Esimerkiksi pieni yritys voi olla suuryritystä ketterämpi reagoimaan markkinan muutoksiin ja sillä voi olla joustavampi toimintakulttuuri. Yrityksen olisi hyvä ensisijaisesti huomioida toimintansa kestävyys ja kannattavuus, ja niiden perusteella arvioida itselleen tavoitteet kasvuille. (Fried 2011, 22.)

Vaikka yrittäjyydellä on monia muitakin merkityksiä ja mittareita niin myynti, kassavirta ja asiakashankinnassa eteneminen ovat mittareina erittäin konkreettisia ennusteita yrityksen kasvulle ja menestykselle. Kasvuyritys tarvitsee hyvän liikeidean, joka voidaan kiteytetysti jäsenellä Business Model Canvas -malliin. Malli jakaa liiketoiminnan yhdeksään tärkeään osa-alueeseen. Liikeidea Business Model Canvasiin jäseneltynä sisältää avainpartnerit, avainaktiviteetit, arvolupaus, asiakassuhde, asiakassegmentit, avainresurssit, kanavat, kullurakenne/bisnesmalli ja kassavirta/ansaintalogiikka/bisnesmalli. (Pyykkö 2015.)

Kasvu voidaan saavuttaa toimivalla bisnesmallilla, jossa kiteytyy yrityksen kilpailuetu. Kilpailuedun tulisi olla aineetonta, ainutkertaista ja vaikeasti kopioitavaa, jottei se ole helposti kopioitavissa. Mikäli yrittäjällä ei itsellään ole tarvittavaa rahoitusta toiminnalle, tulee tarpeelliseksi hakea ulkopuolista rahoitusta. Varsinkin nopeaa kasvua tavoitteleva yritystoiminta edellyttää usein rahoituksen. Ulkopuolisessa rahoituksessa täytyy muistaa, ettei langat ole täysin omissa käsissä, vaan päätäntävaltaa voi jakaantua useammalle taholle. Esimerkiksi pääomasijoittajat tavoittelevat maksimaalista tuottoa ja saattavat jossain vaiheessa haluta myydä yrityksen. Sijoittajat voivat haluta tietää onko yritys, jota lähdetään rahoittamaan ymmärtänyt kriittiset menestystekijät omalla toimialalla ja kohdemarkkinoilla. Aina vain parempi, jos yritys on onnistunut saavuttamaan joitakin kriittisistä menestystekijöistä. Myös verkostoilla ja kokemuksella alalta voi olla merkitystä rahoitusta haettaessa, sillä niistä voi päätellä yrittäjän tietävän millä alalla kilpaillaan, miten erotutaan sekä miten verkostoidutaan. (Pyykkö 2015.)

3.4 Toimintaympäristö

Yrittäjällä olisi hyvä olla jo toimintaa aloittaessaan käsitys toimintaympäristöstään. Yrityksen kannattaisi kerätä tietoja ainakin asiakkaista, markkinoista ja kilpailijoista. (Tuominen 2013, 6–10). Sen lisäksi tietoja kannattaisi käyttää saadakseen niistä hyötyä toimintaansa (Tuominen 2013).

Markkinat voidaan huomioida ainakin markkinoiden ja markkinasegmenttien määrittämisellä, markkinoiden koon ja kehittymisen seurannalla, kilpailijoiden aseman selvittämisellä markkinoilla ja niiden kehittymisen ennustamisella, markkinoiden toimivuudella eri alueilla, ansaintamahdollisuuksilla eri alueilla ja mahdollisuuksien sekä uhkien selvittämisellä. (Tuominen 2013, 6.) Kilpailun osalta olisi hyvä huomioida ainakin kilpailijoiden määrittely ja niistä oleellisten tietojen kerääminen, kilpailuetujen määrittely ja niiden vahvuuksien arviointi, kilpailun luonteen ja kilpailijoiden vahvuuksien sekä heikkouksien selvittäminen, kilpailueduista varmistuminen ja mahdollisuuksien sekä uhkien selvittäminen (Tuominen 2013, 8). Asiakkaiden osalta kannattaisi ottaa huomioon ainakin asiakas segmentointi ja

asiakastietojen kerääminen, asiakasstrategian suunnittelu ja asiakastarpeiden ja odotusten määrittely sekä niiden täyttäminen (Tuominen 2013, 10).

Asiakastuloksien parantaminen onnistuu varmemmin, kun ymmärretään toimintaympäristö. Kun tiedetään markkinoiden koko ja asiakastarpeet, markkinasegmentointi onnistuu paremmin ja osataan kohdistaa tuotteet oikeille asiakasryhmille. Kun ollaan tietoisia kilpailijoiden tekemistä virheistä, voidaan itse välttää tekemästä niitä. Tuotekehitys voidaan ajoittaa oikein, kun tiedetään hyvissä ajoin asiakkaiden tarpeet. (Tuominen 2013, 21.)

Kannattavuus ja tehokkuus paranee varmemmin, kun ymmärretään toimintaympäristö ja osataan käyttää tieto oman toiminnan kehittämiseen. Uutta markkina-aluetta valittaessa markkinatutkimuksella voidaan arvioida kannattavin vaihtoehto. Kun tuntee kilpailijat voi määrittää omat kilpailuedut ja tiedostaa millä osa-alueilla pärjää paremmin kuin muut. Mahdollisesti voi hinnoitella tuotteensa kalliimmin kuin kilpailijat, kun pärjää kilpailussa. Uusille markkina-alueille meneminen ja oikeanlainen hinnoittelu parantaa myyntiä ja kannattavuutta. Ilman tutkimusta on vaikea tietää mitkä markkinat ovat parhaita, ja ketkä ovat potentiaalisia asiakkaita yritykselle. (Tuominen 2013, 27.)

3.5 Tuotanto- ja asiakaslähtöinen ajattelutapa

Suomessa on ajateltu vuosikymmenten ajan hyvin tuotantolähtöisesti. Suomalaisten yrityksen menestystä ohjaaviin kriteereihin kuuluu ainakin tuotantolähtöisyys, yksikkökustannukset, tuotantokapasiteetti ja kustannuskilpailukyky. Teollisessa liiketoiminnassa nämä asiat ovat edelleen tärkeitä, mutta tämän kaltainen ajattelu voi olla liian kapea alaista tänä päivänä. Ei kuitenkaan tulisi hehkuttaa joko tuotantolähtöistä tai asiakaslähtöistä ajattelutapaa vaan molemmilla on omat vahvuutensa. (Korkiakoski 2019.)

2000-luvulla moni suomalainen yritys vaihtoi ajatusmalliaan tuotantolähtöisestä kohti asiakaslähtöistä ajattelutapaa. Asiakaskokemus on siis vaihtoehtoinen tapa toteuttaa strategiaansa. Asiakaskokemuksen käsitteen alle kytkeytyy monia liiketaloustieteellisiä ja markkinoinnillisia tutkimussuuntauksia ja käsitteitä. Käsite voidaan kuitenkin määritellä täsmällisesti. Asiakaskokemus voidaan määritellä sen ominaispiirteisiin pohjautuvalla määritelmällä asiakaspolun eri kosketuspisteissä rakentuvaksi, subjektiivisesti määrittyväksi kognitiiviseksi, emotionaaliseksi, sosiaaliseksi ja sensoriseksi kokemukseksi. Asiakaspolulla puolestaan tarkoitetaan niin sanottua polkua, jonka asiakas kulkee harkitessaan, ostaessaan ja kuluttaessaan tuotetta tai palvelua. Toisella tavalla helpommaksi määriteltynä asiakaskokemus on asiakkaan käsitys yrityksestä, joka on muodostunut edellä mainituissa kosketuspisteissä, yrityksen herättämien tunteiden sekä asiakkaan uusien sekä vanhojen mielikuvien perusteella. (Korkiakoski 2019, 19.)

Tutkimuskirjallisuudessa korostuvat asiakaskokemuksen tietyt ominaispiirteet, joiden kohdalla näkyisi olevan laaja-alainen yhteisymmärrys tutkijoiden keskuudessa. Ominaispiirteitä ovat ajallinen luonne, subjektiivisuus ja moniulotteisuus. Asiakaskokemus rakentuu pikkuhiljaa asiakkaan ja organisaation välisen asioinnin edetessä. Käytännössä ajallinen luonne näkyy yksittäisissä asiakaskokemuksissa ja asiakassuhteen tasolla. Asiakaskokemus muodostuu useammasta vaiheesta koko asiakaspolulla, joita ovat vaihe ennen ostamista, ostaminen, ostamisen jälkeinen vaihe. Vuorovaikutustilanteet eli kosketuspisteet asiakkaan ja organisaation välillä vaikuttavat asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksen moniulotteisuus käsittää ainakin seuraavat käsitteet: kognitiivinen, emotionaalinen, sosiaalinen ja sensorinen. (Saarijärvi & Puustinen 2020.)

Asiakaskokemuksen kehittämistä ei voi rajata yksittäisiin osa-alueisiin vaan se käsittää useita kuten yrityskulttuuri, palvelumuotoilu, digitalisaatio, brändi, asiakaspalvelu, myynti, tukifunktiot. Mikäli yritys panostaa henkilökokemuksen kehittämiseen, voidaan yrityskulttuuri saada muutettua asiakaskeskeisemmäksi. Esimerkiksi työntekijälle järjestetty koulutus voi parantaa ammattitaitoa, joka puolestaan näkyy työntekijän osalta yrityksessä ammattitaitoisemman asiakaspalvelun tuottamisena ja asiakkaan näkökulmasta parempana asiakaskokemuksena. (Saarijärvi & Puustinen 2020.)

Palvelumuotoilussa pyritään ymmärtämään asiakkaan muuttuneita päätös- ja ostoprosesseja ja muutetaan liiketoimintaa vastaamaan muuttuvia tarpeita. Siinä pyritään kohti asiakaskeskeisempää toimintaa. Digikehittämisen avulla voidaan tuottaa asiakkaille parempia palveluita, muttei digitalisaatioon panostaminen takaa aina parasta asiakaskokemusta. Brändi voidaan uudistaa asiakaskeskeiseksi, joka on asiakaskokemuksen kehittämisen kannalta tärkeää. Asiakaspalvelu on usein asiakaskokemuksen kehittämisen keskeisimpiä toimintoja. Asiakas kohtaa yhä harvemmin ihmiseen ollessaan yhteydessä yritykseen, koska digitaaliset kohtaamiset kasvattavat osuuttaan suhteellisen nopeasti. Tämän takia ne vähäiset kohtaamiset asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä ovat entistä tärkeämpiä. Asiakaskokemuksen kehittämiseen tulisi saada osalliseksi myynnin edustajia. Myynnin henkilöstö pitäisi saada mukaan yrityksen asiakaskokemuksen tavoitteisiin pitkällä tähtäimellä. (Korkiakoski 2019.)

3.6 Asiakkaiden hankkiminen

Asiakkaiden hankkiminen on yksi edellytyksistä yrityksen toiminnalle. Asiakkaiden hankinta tapahtuu tuomalla yritys jollain tapaa näkyville tai kuuluville. Oman toimialan tapahtumiin kuten messuille osallistuminen ei ole lainkaan huono keino tuoda itselleen näkyvyyttä. Fyysisen näkyvyyden lisäksi oikein toteutettu markkinointi tuo yritystä todennäköisesti paljon esille. Pitää kuitenkin muistaa, että kaikki yrityksen kohtaamiset esimerkiksi nykyisten

asiakkaiden, sidosryhmien tai messuilla tavatun potentiaalisen asiakkaan kanssa ovat osaltaan yrityksen näkyville ja kuuluville tuomista. (Ukko 2021.)

Kun tapaat potentiaalisen asiakkaan, kerrot hänelle yrityksestäsi ja tämän jälkeen hän kertoo toiminnastasi mahdollisesti useille tahoille. (Fried 2011, 193). Kun asiakas on hankittu, tulisi huolehtia asiakkuuden hallinnasta. Sillä voidaan parantaa yrityksen kilpailukykyä, hyödyntämällä asiakkaiden antamia tietoja. (Visma 2022.)

Asiakkuuden hallinta tapahtuu esimerkiksi siihen kehitetyllä tietojärjestelmällä, jolla voidaan tarkastella asiakaspalautteita, tunnistaa asiakkaiden tarpeet sekä toiveet ja järjestää jälkimarkkinointi. Tietojen avulla voidaan hakea potentiaaliset asiakkaat. Eli asiakashallinta järjestelmää voidaan käyttää jo siinä vaiheessa, kun hankitaan uusia asiakkaita. Sen avulla voidaan palvella nykyisiä asiakkaita asiakaslähtöisesti. Asiakkuuden hallinnan avulla voidaan kohdistaa markkinointi ja myynti potentiaalisimmille asiakkaille ja kehittää tuote sekä palveluvalikoimaa asiakaslähtöisesti. (Visma 2022.)

Asiakkuuden hallintajärjestelmällä tarkoitetaan CRM-järjestelmää (Customer relationship management), joita on kehitelty erilaisten ohjelmistoalan yritysten toimesta. Esimerkiksi Visma Services Oy:n kehittämiin järjestelmiin kuuluu CRM-järjestelmä. Järjestelmällä voi seurata myynnin etenemistä eri vaiheissa, ennustaa tulevaa myyntiä laskutusta ja resursien tarvetta. Asiakkuudet voidaan hallita ensikontaktista laskutukseen järjestelmän avulla. (Visma 2022.)

3.7 Verkotot

Seuraavassa kuvassa on verkostotutkimuksissa käytettyjä erilaisia teorioita.

Evoluutioteoriat	Julkishallinnon verkostot	Sosiaalipsykologia
Kriittiset näkökulmat	Riippuvuusteoria	Transaktiokustannusteoria
Toimijaverkkoteoria (ANT)	Strategiset verkostot	Yrittäjäverkostot
Politiikkaverkostot	Institutionaaliset teorial	Sosiaalinen pääoma
Tuotantoketjut ja verkostot	Innovatiiviverkostot	Sosiaalisen vaihdannan teoria
Talous- ja maantieteellinen verkostotutkimus	Strategiset kumppanuudet	
Teollisten verkostojen tutkimus (IMP)	Sosiaaliset verkostot	

Kuva 2. Verkostotutkimuksen teorioita (Järvensivu 2019)

Seuraavaksi avataan verkostot käsitettä. Verkostot ovat lyhykäisyydessään luottamukseen perustuva tapa tehdä yhteistyötä. Verkostotyö on puolestaan vastavuoroista ja pitkään jatkuvaa autonomisten toimijoiden välistä luottamukseen perustuvaa yhteistyötä. Verkostoituminen tarkoittaa laajempaa käsitettä kuin verkostotyö, mutta ne tarkoittavat lähestulkoon samaa kuin puhutaan työnteon kontekstissa tapahtuvaa verkostoitumista. Verkostoja on tutkittu edellisen kuvan näkökulmista, jotka ovat toisiaan täydentäviä tai keskenään jännitteisiä. (Järvensivu 2019.)

Resurssiriippuvuusteorian (Resource Dependence Theory) on huomattu vaikuttavan kaiken verkostotutkimuksen taustalla, joko taustaoletuksen tasolla tai tietoisesti viitaten. Resurssiriippuvuusteoria voidaan kiteyttää niin, että olemme kaikki riippuvaisia toistemme resursseista ja siksi kaikki toiminta edellyttää jonkinlaista vuorovaikutusta. Teorian ymmärtämiseen on syytä tietää mitä resurssi käsite kokonaisuudessaan käsittää. Resursseilla ei tässä yhteydessä tarkoiteta vain taloudellisia, tuotannollisia ja kaupallisia resursseja vaan niiden lisäksi esimerkiksi myös ihmisiin liittyen voimavaroja, osaamisesta, kykyjä tai inhimillisiä ominaisuuksia. Eli otetaan huomioon muutkin kuin kaupankäynnin kohteeksi soveltuvat resurssit. Teoriassa painotetaan, ettei kaikki ole tasa-arvoisessa riippuvuussuhteessa toisiinsa vaan niiltä löytyy eniten valtaa, joilla on hallussaan runsaasti muiden tarvitsemia arvokkaita, harvinaisia, korvaamattomia tai vaikeasti kopioitavissa olevia resursseja. (Järvensivu 2019.)

Verkostojen tutkimisen erilaisista näkökulmista transaktiokustannusten teoria liittyy resurssiriippuvuusteoriaan läheisesti. Teoria tarkoittaa kiteytetysti, että vaihtoehtojen harkitsemisesta on tehty mallinnus, jonka avulla voidaan tehdä järjestelmällisesti päätös kolmesta vaihtoehdosta. Teoriassa transaktiolla tarkoitetaan vaihdantaa, jossa voidaan tehdä erilaisia valintoja. Kaksi ensimmäistä vaihtoehtoa ovat jonkin asian tekeminen itse ja ostaminen. Kolmas vaihtoehto on verkostoitua kehittääkseen uutta. Se tulee eteen viimeistään silloin kun kaksi ensimmäistä vaihtoehtoa eivät ole mahdollisia. Eli asialle ei löydy myyjää eikä sitä voida itse tehdä. Edellä mainittujen kahden teorian lisäksi verkostotutkimuksia yhdistää usein mikrotason verkostotutkiminen ja tiettyjen henkilöiden tai organisaatioiden välisten tapahtumien tai prosessien eli esimerkiksi sosiaalisten verkostojen tutkiminen. Tutkimuksissa yrittäjäverkostoista toistuu usein yrittäjien sosiaalisten verkostojen tutkiminen. Organisaatiotasolla puolestaan tutkitaan usein yksilötason sijaan organisaatiotason yhteistyötä. (Järvensivu 2019.)

Verkostoon liittymisen lähtökohtana on kilpailukyvyyn ja kannattavuuden parantaminen. Verkostoitumalla voidaan pyrkiä saamaan mittakaavaetuja. Esimerkiksi pienet- ja keskisuuret yritykset voivat saada paremman kilpailuaseman suurempiin toimijoihin verraten, kun ne

puhaltavat yhteen hiileen. Rahoittamalla yhteistä hanketta tai hankintoja voidaan saavuttaa kustannussäästöjä. Verkostot voivat ajatella fiksusti ja pyrkiä toimimaan niin, että kaikki toimijat keskittyvät omaan ydinosaamiseen. Näin voidaan toimia tehokkaasti eli jokainen omalla osa-alueellaan ja auttaa toinen toisiaan siinä missä ovat parhaita. Järkevää verkostoissa on myös, että voidaan porukalla jakaa riski ja vähentää sitä sekä toimia joustavasti ja tehokkaasti. (Suomen riskienhallintayhdistys 2021.)

Verkosto voi yhdessä saavuttaa rakenteen, jonka avulla voidaan myydä, tuottaa, kehittää ja luoda uusia liiketoimintoja kilpailukykyisesti. Perusliiketoimintaverkkojen rakenne voi käytännössä muodostua esimerkiksi myynti-, tuotanto- ja markkinaverkosta. Kun taas uudistamisverkot voivat koostua tuotekehitys-, tuotannonkehitys- ja benchmarking- verkosta. Kaikilla verkoilla on tietysti oma tavoitteensa tukea liiketoiminnan tavoitteiden saavuttamista. (Tuominen 2021, 154–156.)

Hankintaverkossa verkoston jäsenet voivat tehdä yhteisiä hankintoja ja näin saavuttaa merkittäviä säästöjä. Tuotekehitysverkko puolestaan voidaan kehittää yhteisvoimin uusia tuotteita ja teknologiainnovaatioita. (Tuominen 2021, 154–155.) On itsestään selvää, että yritys tarvitsee asiakkaita toimiakseen kannattavasti ja verkostoitumalla voidaan muun muassa hankkia lisää asiakkaita, sekä voidaan isommalla joukolla palvella asiakkaita paremmin. Sama asia kuin asiakashankinnassa itsensä kuuluviin ja näkyviin tuonnissa pätee myös verkostoitumiseen, eli sitä tapahtuu siellä missä yritys on jollain tavalla esillä (Uusyrittäjäkeskus 2018). Verkostoituminen voi tapahtua samankaltaisten ja kilpailevien tai toisiaan täydentävien yritysten yhteistyön tai yhteistyöhankkeiden merkeissä (Suomen riskienhallintayhdistys 2021). Netistä löytyy lukemattomia keinoja, joiden avulla voi verkostoitua. Esimerkiksi Yrittäjät-järjestö tarjoaa jäsenilleen verkostoitumistapahtumia (Yrittäjät 2021).

3.8 Alustat

Tuoreimman Digibarometrin mukaan verkkokauppa-alustojen hyödyntäminen on lähes vähäisintä Suomessa EU-28 maista. Verkkokauppamyynnin kehitys suhteessa vertailumaihin on hidasta. Niiden lisäksi pohjoismaiden verkkokaupat myyvät suhteellisen vähän ulkomaille. (Etlätieto 2021.)

Alustatalous ja alustat käsite ovat kehittyneet pikkuhiljaa. Ensimmäiseksi tuotekehityksen tutkijat käyttivät käsitteitä tuotealusta ja alusta, joilla tarkoitettiin uuden sukupolven tuotteiden ja palveluiden tai uusien tuoteperheiden kehittämistä esimerkiksi erilaisten tuotevariaatioiden pohjaksi. Hyvänä esimerkkinä General Motorsin autobrandien tuotteet rakennettiin yhteiseen tekniseen tuotealustaan. Nokian vanhemmat puhelimet ovat esimerkki tuoteperheestä yhteisellä alustalla. Seuraavaksi teknologiatutkijat määrittivät alustan teollisen

arvoverkoston kontrollipisteenä. Microsoft sisällytti Windowsin käyttöjärjestelmään oman selaimensa vakio toiminnalliseksi, joka haittasi kilpailevien selainten suosiota. Kaiken perustana on Windows, jonka päälle yritykset rakentavat tuotteitaan. Tämän myötä Windowsin katsottiin toimivan teollisen verkoston kontrollipisteenä. Viimeisimpänä teollisuustaloustieteilijät kuvasivat käsitteen tarkoittavan helposti kuvattuna tuotteiden ja palveluiden markkinapaikoiksi kahden tai useamman osapuolen välillä. (Valtioneuvosto 2016.)

Vuonna 2018 markkina-arvoltaan kahdeksasta suurimmasta yrityksestä seitsemän oli alustoja (Koponen 2019, s. 75). Alustatalous on lyhyesti sanottuna taloudellista toimintaa, johon liittyvät erilaiset alustat (Koponen 2019, 74). Alustat muuttavat talouden ja yhteiskunnan perusrakenteita jatkuvasti. On hyvä tietää, milloin puhutaan teknologisista ja milloin taloudellisista alustoista (Koponen 2019, 29).

Teknologiset alustat ovat kaiken pohja, joiden avulla voidaan pysyä kilpailussa mukana. Alustat jakautuvat sovellus-, tuote- ja teollisuusalustoihin. Kyseiset alustat eroavat toisistaan siinä, että alustat ovat tehty eri tarkoituksiin. Tuotealustan tarjoaman rungon päälle voidaan rakentaa tuote, kun taas sovellusalustan rungon päälle voidaan luoda sovellus. Yksi esimerkki teollisesta alustasta on Intelin prosessorit, joita käytetään laitteissa. Prosessorin kyvykkyys vaikuttaa suoraan siihen millaisia laitteita laitevalmistajat voivat valmistaa. Eli prosessori on pohja minkä päälle lähdetään rakentamaan laite. (Koponen 2019, 30–31.)

Yrittäjän kannattaisi kiinnittää huomionsa pääasiassa taloudellisiin alustoihin. Taloudelliset alustat tarjoavat täysin uusia mahdollisuuksia kilpailla. (Koponen 2019, 29). Niillä voidaan luoda uusia markkinoita (Koponen 2019, 35). Omasta toiminnastaan voidaan esimerkiksi tehdä kansainvälinen verkkokaupan avulla. Tärkeää olisi ymmärtää, että alustat ovat tulleet jäädäkseen. Ne ovat muuttaneet ja tulevat muuttamaan yhteiskuntaa, joten yrityksen olisi tärkeää alkaa miettimään miten hyödyntäisi niitä omassa toiminnassaan saavuttaakseen kilpailuetua. (Koponen 2019.)

Myyntialustat tarjoavat monia tapoja ostaa ja myydä tuotteita sekä palveluita. Myyntialustoja ovat alustaverkkokauppa, joukkorahoitus alusta ja jakamistalouteen liittyvä alusta. Alustaverkkokaupassa ovat alustan toteutuksesta vastaava ylläpitäjä ja kauppiaat, jotka myyvät tuotteitaan alustalla. Amazon suuryritys kaupaa omia tuotteitaan omalla verkkoalustalla, mutta antaa muidenkin myydä tuotteitaan alustallaan. Vaihtoehtona alustojen hyödyntämisen sijaan on perustaa oma verkkokauppa. (Sekki 2021.)

Alustaverkko vastaa kauppakeskusta, joka pitää sisällään eri yritysten myymälöitä. Alustaverkkokaupan ylläpitäjä mahdollistaa myyntialustan kauppiaille ja tämän lisäksi se mainostaa alustaa sekä hankkii asiakkaita sinne. Alustan kauppiaat maksavat vähintäänkin myyntiprovision alustassa myydyistä tuotteista, mutta muitakin maksuja ylläpitäjälle. Oma

verkkokauppa on puolestaan kuin yksittäinen kauppa. Omassa verkkokaupassa myyntikate on suurempi kuin alustaverkkokaupassa, koska silloin alustan ylläpitäjälle ei tarvitse maksaa myyntiprovisiota. Kiinteät kustannukset ovat korkeammat omassa verkkokaupassa, ja mainonnan joutuu järjestämään ja maksamaan itsenäisesti. Kiinteitä kustannuksia muodostuu useista asioista kuten varastoinnista, logistiikasta ja asiakaspalvelusta, jotka alusta saattaisi järjestää kauppiaille edullisemmin. (Sekki 2021.)

4 Suomen Yrittäjät -järjestön yrittäjätutkimukset ja julkaisut

4.1 Suomen Yrittäjät -järjestön tutkimusten käyttö

Yrittäjiä on tutkittu muun muassa aiemmin mainitun Osuuspankin ja Väitöskirjatutkimuksen merkeissä (Heikkinen 2007); (Taloustutkimus 2022). Niiden lisäksi nostamme esiin Suomen Yrittäjät -järjestön viimeaikaisimpia tutkimuksia, joista saadaan näkökulmaa opinnäytetyöhön. Järjestön toimesta tehdään aktiivisesti tutkimuksia liittyen yrittäjiin. (Yrittäjät 2022.)

Seuraavat Suomen Yrittäjät -järjestön tutkimukset tuovat erilaista näkökulmaa tutkimukseen kuin työssä käsitellystä kirjallisuudesta ja tradenomeille tehtävistä kyselytutkimuksista kerätty tieto. Suomen yrittäjät -järjestön internetsivulta löytyviä tutkimuksia on käytetty meidän oman tietomme pohjalla ja niistä on ammennettu lisää syvyyttä tutkimuksen rakentamiseen. (Yrittäjät 2022.)

4.2 Opiskelijasta yrittäjäksi 2019 – Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyys ja yrittäjyysshalukkuus

Suomen Yrittäjät ovat tehneet yhteistyötä Opiskelun ja koulutuksen tutkimussäätiö Otuksen kanssa tutkiakseen yliopisto- ja ammattikorkeakouluopiskelijoiden yrittäjyyttä ja yrittäjyysshalukkuutta. Tutkimuksen tiedot kerättiin osana Opiskelijabarometria, johon vastasi 14 025 korkeakouluopiskelijaa. (Otus 2019.)

Tutkimuksesta selvisi 33 %:n opiskelijoista haluavan toimia yrittäjänä valmistumisen jälkeen. Yrittäjyyttä valmistumisen jälkeen pitää todennäköisenä 19 %. Kaksi suurinta syytä yrittäjyysshalukkuudelle olivat mahdollisuus päättää itsenäisesti työstä ja mahdollisuus toteuttaa itseäni. (Otus 2019.)

Suurimmiksi yrittäjyyden esteiksi koettiin muun muassa yrittäjyyteen liittyvät taloudelliset riskit ja yrittäjän työmäärä. Ainoastaan 14 % kokee opintojen antavan hyvät mahdollisuudet toimia yrittäjänä. Vastaajista 69 % alkaisi kasvattaa perustamaansa yritystä mahdollisuuksien mukaan. Korkeakouluopiskelijoista kolmasosa haluaisi toimia yrittäjänä valmistumisen jälkeen, mutta pienempi määrä pitää sitä todennäköisenä. Aiemmin mainitusta Osuuspankin tutkimuksesta käy ilmi että, suurimpien motivaatiotekijöiden yrittäjyydelle olevan itsenäisyys, vapaus ja työn tekeminen itselleen. Itsenäisyys ja vapaus tulee esiin suurimpina syinä myös tässä tutkimuksessa erilaisessa muodossa. (Otus 2019.)

4.3 Yrittäjägallup 2021: Yrittäjän osaamisen kehittäminen

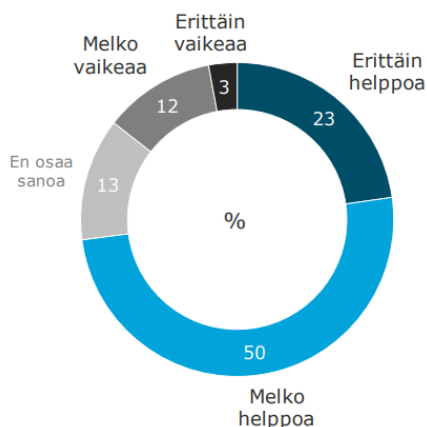
Viimeisin gallupkysely tehtiin sähköpostikyselynä pk-yrityksille, johon vastasi 1029 yrityksen edustajaa. Kyselyn aihe liittyi yrittäjien osaamisen kehittämiseen. Yrittäjiltä kysyttiin: Kuinka helppoa on yrittäjänä löytää itselle sopivaa koulutusta? Vastauksista aika tarkalleen puolet kokivat sopivan koulutuksen löytämisen melko helpoksi. ”Erittäin helppoa” vastasi 23 % ja loput 27 % jakautui vastausten ”Erittäin vaikeaa”, ”Melko vaikeaa” ja ”En osaa sanoa” välille. Yhdessä kysymyksistä kysyttiin esteitä osaamisen kehittämiseksi monivalintakysymyksenä, johon suosituimmaksi vastaukseksi 71 %:lle vastaajista valikoitui ajan puute. Toiseksi suosituin vastaus oli rahan puute, jonka vastasi 32 %. Vähemmän suosittuja vastauksia olivat ”Ei ole riittävää tietoa koulutuksista”, ”Aiemmat huonot kokemukset koulutuksista”, ”Ei mikään edellä mainituista” ja ”En osaa sanoa”. (Kantar 2021.)

Seuraavassa kuvassa esitetään Yrittäjägallupiin osallistuneiden yrittäjien vastaukset kysymykseen ”Kuinka helppoa on yrittäjänä löytää itselle sopivaa koulutusta?”. Vastauksien tulokset esitetään ympyrädiagrammin sekä palkkikaavion muodossa. Ympyrädiagrammi esittää vastaajien suorat vastaukset kysymykseen. Palkkikaavio ottaa vastauksessa huomioon vastaajien yritysten kokoluokan, toimialan, toimialueen, iän, jäsenyyden Suomen Yrittäjätjärjestössä sekä sukupuolen.

Kuinka helppoa on yrittäjänä löytää itselle sopivaa koulutusta

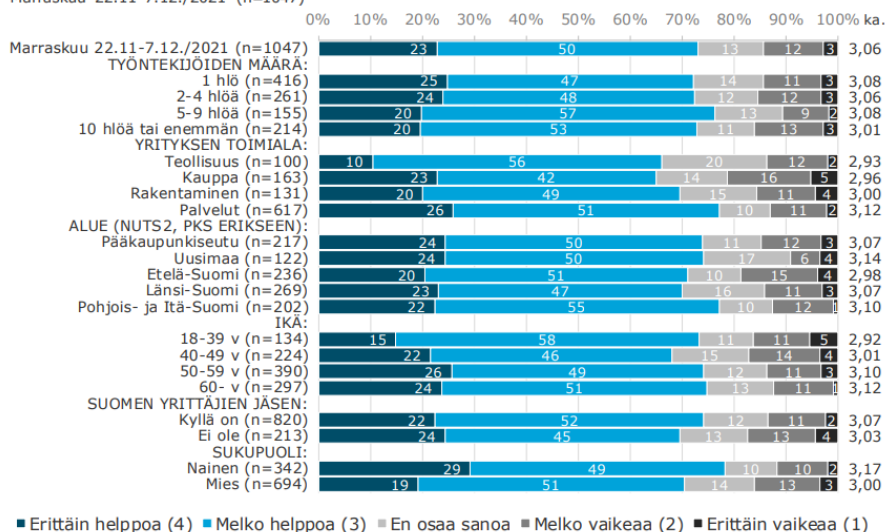
Kuinka helppoa sinun on yrittäjänä löytää itsellesi sopivaa koulutusta?

Marraskuu 22.11-7.12./2021 (n=1047)



Kuinka helppoa sinun on yrittäjänä löytää itsellesi sopivaa koulutusta?

Marraskuu 22.11-7.12./2021 (n=1047)



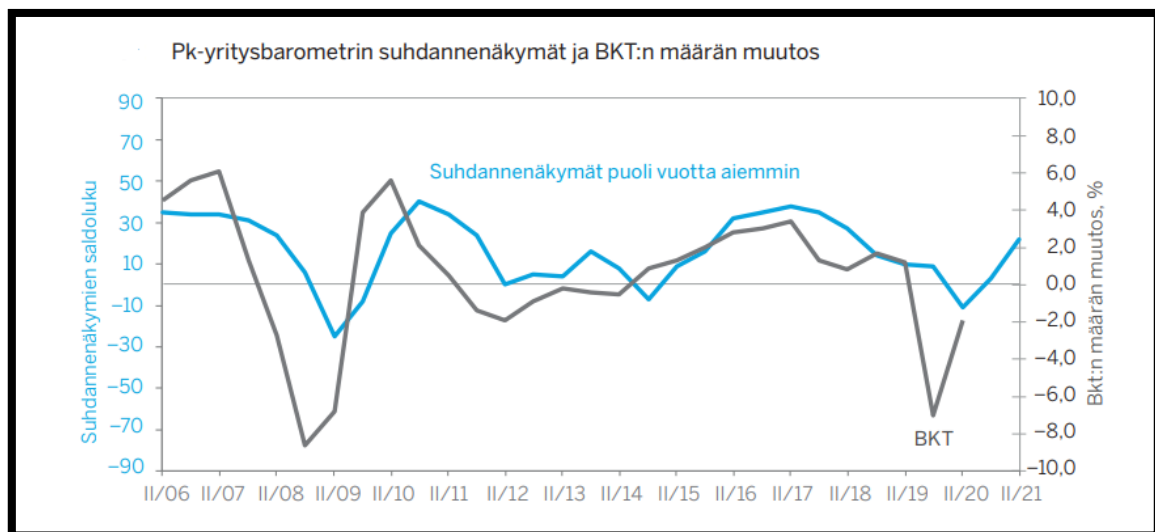
Kuva 3. Yrittäjägallup: Kuinka helppoa on löytää itselle sopivaa koulutusta? (Kantar 2021)

Yhteenvetona voidaan lyhyesti todeta, että valtaosa yrittäjistä kokee sopivan koulutuksen löytymisen vähintäänkin melko helppona. Suurimpina esteinä osaamisen kehittämiseen valtaosa yrittäjistä pitää ajan- ja rahan puutetta. Yrittäjät selvästikin tietävät mihin koulutukseen heidän tulisi hakeutua kehittääkseen itseään, mutta monesti näkevät itsensä kehittämisen esteenä ajan- ja rahan puutteen. (Kantar 2021.)

4.4 Pk-yritysbarometrit 2021

Pk-yritysbarometri tehdään Suomen Yrittäjien, Finnveran ja elinkeinoministeriön toimesta kahdesti vuodessa. Siinä lyhyesti sanottuna päivitetään suomalaisten pk-yritysten nykytilannetta. Raportissa tarkastellaan suhdanneodotuksia, kehittymistä sekä investointeja ja rahoitustilannetta. Barometri perustuu 4600 yrityksen vastauksiin. (Taloustutkimus 2021.)

Seuraava kuvaaja esittää Pk-yritysbarometrin suhdannenäkymät ja BKT:n määrän muutoksen.



Kuva 4. Pk-yritysbarometrin suhdannenäkymät ja BKT:n määrän muutos. (Taloustutkimus 2021)

Syksyllä tehdystä Pk-barometrasta käy ilmi pk-yritysten näkymien parantuneet COVID-19-pandemian ajan jälkeen ja suhdanneodotukset on nousseet. Talouden odotetaan kasvavan vuonna 2022. Monivalintakysymyksessä tärkeimpinä kehittämistarpeina pitivät 51 % pk-yrityksistä markkinointia ja myyntiä. Toiseksi tärkeimpänä 34 % pitivät henkilöstön kehittämistä ja koulutusta. Lähestulkoon saman sijan saivat seuraavat vastaukset: "Ei

kehittämistarpeita tai ei osaa sanoa” (19 %), ”Yhteistyö/verkottuminen tuotannollisessa toiminnassa, alihankinta” (18 %), ”Johtaminen” (18 %), ”Tuotanto ja materiaalitoinnot, tietotekniikka, tuotekehitys ja laatu” (18 %), ”Rahoitus, talous ja laskentatoimi” (17 %). (Taloustutkimus 2021.)

Kaikilta yrityksiltä kysyttäessä 20 % yrityksistä vastasi pahimman kehittämisen esteen olevan Yleinen suhdanne- /taloustilanne. Vastaajista 17 % vastasi työvoiman saatavuus. Kolmanneksi suosituin vastaus oli ”Ei osaa sanoa” (16 %). Rahoitus ja resurssitekijät kuuluivat vähiten pahimpiin kehittämisen esteisiin. Esille nostettava asia barometristä tähän tutkimukseen on yritysten kasvuhakuisuus. Kaikista yrityksistä 8 % olivat voimakkaasti kasvuhakuisia ja 33 % kasvuhakuisia. 31 % haluavat säilyttää asemansa ja lopuilla ei ole kasvutavoitteita tai sitten ne lopettavat toimintansa. (Taloustutkimus 2021.)

Digitaalisten työkalujen ja palvelujen käytöstä kysyttiin myös, joista yrityksen omat internet-kotisivut olivat käytössä 77 %:lla vastaajista ja 5 % aikoo ottaa ne käyttöön. Muita käytettyjä työkaluja ja palveluja olivat Sosiaalinen media (60 %) ja Pilvipalvelut (43 %). Vähiten käytettyihin kuuluivat Big Datan käyttö ja Teollinen internet, joita molempien osalta käyttävät ainoastaan 3 % vastaajista. Suurimmat liiketoiminnan digitalisoitumisen merkitykset olivat yrityskuvan vahvistuminen, ja uusien asiakasryhmien tavoittaminen. Kansainvälistyminen oli selkeästi vähiten merkityksellinen tekijä. (Taloustutkimus 2021.)

Yritysten kehittämistarpeista nousi selkeästi ykköspaikalle markkinointi ja myynti. Yleinen suhdanne- / taloustilanne nähdään useimmin kehittämisen esteenä yrityksissä. Rahoitus ja resurssitekijät kuuluivat harvan yrityksen esteisiin. Valtaosa yrityksistä haluaa yrityksen kasvun osalta vähintään säilyttää asemansa ja joka kolmannes kaikista yrityksistä on kasvuhakuinen. Suosituimpia digitaalisia työkaluja ja palveluja ovat yrityksen internet-kotisivut ja sosiaalinen media. Niillä on usein tarkoitus tuoda yritystä esille julkisesti ja hankkia uusia asiakkaita. (Taloustutkimus 2021.)

4.5 Digibarometri 2021 – Vuosikymmen verkkokauppaa ja alustataloutta

Digibarometrin ovat julkaisseet Työ- ja elinkeinoministeriö, Liikenne- ja viestintäministeriö, Elinkeinoelämän keskusliitto ja Suomen yrittäjät. Digibarometrin toteutti Etlatieta Oy ja sen teemana oli verkko- ja alustakauppa vuonna 2021. Digibarometrissä mitattiin digitaalisuuden hyödyntämistä. Siinä mitataan kansainvälisesti eri maiden osalta digitaalisuuden hyödyntämisen edellytykset, käyttö ja vaikutukset. (Etlatieta 2021.)

Pääsektoreita mittauksessa ovat yritykset, kansalaiset ja julkinen. Kaikkia mittareita ja pääsektoreita tarkastellessa Suomi nousi edellisen vuoden kolmannelta sijalta toiselle sijalle vuonna 2021. Tanska piti ensimmäisen sijan, johon se sijoittui myös edellisenä vuonna.

Suomi on pysynyt kahdeksan vuoden ajan kolmen parhaan joukossa ja oli niiden aikana ensimmäisellä sijalla vuonna 2016. (Etlatieto 2021.)

Pääsektoreita vertaillen Suomi nousi julkisen sektorin osalta sijalle 1. Yritysten kannalta Suomessa on muun muassa edistyksellinen tieto- ja viestintäteknologiaa sivuava lainsäädäntö, viestintäpalveluissa hyvä kilpailu ja riittävä rahoitus teknologian kehittämiseen. Suomessa luotetaan viranomaisjärjestelmien tietoturvaan, ja Suomi kuuluu parhaimpiin viranomaisten sähköisten palveluiden yleisyydessä. Kansalaisten vertailussa Suomi putosi sijalle 4. Kansalaisten digiosaaminen ja nettitaidot ovat hyvät. Mobiililaajakaistan käytössä Suomi kuuluu parhaimpiin, ja peruspalvelut ovat hyvin saatavissa tieto- ja viestintäteknologian kautta. Muun muassa netin käytön aktiivisuudessa, ja tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntävässä yhteiskunnallisessa osallistumisessa on parannettavaa. Yritysten vertailussa maamme nousi reippaasti ja sijoittui neljänneksi. Tämä johtui pilvipalveluiden hyödyntämisestä, edistyksellisestä viestintäteknologiasta ja tietoverkkojen turvallisuuden huomioimisesta. (Etlatieto 2021.)

Viime vuoteen verrattuna muun muassa big datan hyödyntäminen ja nettisivujen tekniset ominaisuudet paransivat asemiaan suhteessa vertailumaihin. Parannettavaa löytyy ainakin sosiaalisen median käytössä, nopeiden laajakaistayhteyksien yleisyydessä ja pilvipalveluiden teknisissä valmiuksissa. Verkkokaupassa tuotteiden ja palveluiden myynnissä ei ollut paljon kehitystä Suomen osalta, vaikka edusti EU-27 maiden keskitasoa vuonna 2020 ja kasvu onkin ollut viime vuosina hyvin maltillista. Monet maat ovat kuroneet Suomen kiinnin osalta Euroopassa. Tanska ja Ruotsi kiittää kärjessä EU-27 maiden osalta. Vaikkakin verkkokauppamyyni näyttäisi menevän ainakin Ruotsin ja Tanskan osalta hyvin pohjoismaissa, niin pohjoismaiset verkkokaupat myyvät ulkomaille muita harvemmin. Verkkokauppa-alustojen hyödyntäminen on lähes vähäisintä Suomessa. Alustoja hyödynnetään EU-28 maissa kuluttajaverkkokaupoissa eniten majoitus- ja ravintola-alalla. (Etlatieto 2021.)

4.6 Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometri 2021

Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometri toteutetaan omistajanvaihdosfoorumien toimesta, joka tekee omistajanvaihdosten edistämistyötä. Omistajanvaihdosfoorumien rahoituksesta puolet tulee työ- ja elinkeinoministeriöstä ja loput muilta jäseniltä, joihin kuuluu muun muassa Suomen Yrittäjät. (Omistajanvaihdosfoorumi 2021.)

Tutkimusaineisto kerättiin yritysten omistaja yrityksiltä ja toimitusjohtajilta internetkyselyllä, johon saatiin 2333 vastaajaa. Tutkimuksessa haluttiin selvittää vähintäänkin yrittäjien aikoimuksia omistajanvaihdoksiin sekä kokemuksia ja toteutetuista omistajanvaihdoksista

myyjien ja ostajien näkökulmasta. Omistajanvaihdoskäsite jakautuu sukupolvenvaihdoksiin ja yrityskaappoihin. (Omistajanvaihdosfoorumi 2021.)

Tutkimus tehtiin erikseen yli 55-vuotiaille sekä 55- vuotiaille ja sitä nuoremmille. Tutkimuksesta ilmenee ostamalla yrittäjäksi ryhtymisen yleistyvän. Joka seitsemäs on ostanut nykyisen yrityksen tai sen liiketoiminnan. Kuitenkin nuoremmassa ikähaarukassa ostamalla yrittäjäksi ryhtyminen on vertailuajankohtaan verratessa laskussa. Neljännes nuoremman ikähaarukan vastaajista ovat kiinnostuneita yrityksen tai liiketoiminnan ostamisesta ja 17 % suhtautui ostamisen ajatukseen neutraalisti. (Omistajanvaihdosfoorumi 2021.)

Yli 55-vuotiaiden yrittäjien osalta 44 % suunnittelee yrityksen myyntiä ulkopuoliselle, 25 % toiminnan lopettamista ja 20 % sukupolvenvaihdosta perheen sisällä. Muut omistajat (9 %) aikovat jatkaa toimintaa, kun nykyinen yrittäjä luopuu yrityksestä. Sukupolvenvaihdosaikokukset ovat laskeneet ja lopettamisaikheet kasvaneet aiempaan barometriin vertaillen (2018 omistajanvaihdosbarometri). Yrityskaupparakkinolle on menossa vähemmän yrityksiä vertailuajankohtaan verrattuna, mutta yhä useammin yrityksen muut omistajat jatkavat yritystoimintaa nykyisen yrittäjän luopuessa toiminnasta. 55-vuotiaista ja sitä nuoremmista 40 %:lla on kiinnostusta yrityksen myymiseen. (Omistajanvaihdosfoorumi 2021.)

5 Tradenomien opinnot ja yrittäjyys

5.1 Tradenomien opinnot

Tradenomien opinnot ovat erittäin laajat ja koskevat montaa eri aihepiiriä. Opinnot käsittelevät muun muassa juridiikkaa, laskentatoimia sekä markkinointia. Voimme kuitenkin ajatella, että kaikista kursseista on hyötyä yrittäjälle vaikkei kurssi varsinaisesti käsittelee yrittäjyyttä. Toiset opinnot luonnollisesti painottavat enemmän yrittäjyyttä kuin toiset, esimerkiksi laskentatoimi versus juridiikka, mutta kuitenkin kaikesta on hyötyä yrittäjälle. Tradenomien koulutus kestää tavallisesti kolme ja puoli vuotta, jonka aikana suoritetaan yhteensä vähintään 210 opintopistettä. Kouluista riippuen pakolliset kurssit voivat vaihdella, mutta kaikille yhteisiä ovat viiden kuukauden työharjoittelu ja opinnäytetyö, joista tulee yhteensä 45 opintopistettä. Juuri monipuolinen osaaminen on tärkeä osa yrittäjäksi ryhtymistä. (Lab 2021.)

Kuten yllä on mainittu, yrittäjälle on eduksi omata monipuolista tietoa eri aihepiireistä. Tradenomit suorittavat monia eri kursseja. Jos kuitenkin pureudutaan tarkemmin muutamaan esimerkkiin ja tarkastellaan, miten niistä on hyötyä yrittäjälle. Esimerkkeinä käytetään kahta pakollista kurssia Lahden ammattikorkeakoulusta, Esimiestyö ja Liiketoiminnan juridiset ja taloudelliset lähtökohdat. Moni saattaa ajatella, että Esimiestyö voi olla yrittäjille hyödyllisempi kurssi. Kurssit käsittelevät yrittäjyyttä eri näkökulmista, mutta ei voida sanoa, että toinen kursseista olisi hyödyllisempi yrittäjälle kuin toinen. Esimiestyö kurssilla opitaan, millainen on hyvä esimies ja mitä se ihmiseltä vaatii eli varsin tärkeitä tietoja yrittäjyydestä haaveilevalle. Liiketoiminnan juridiset ja taloudelliset lähtökohdat kurssilla tarkastellaan liiketoimintaa eri näkökulmista kuin muilla kursseilla. Kurssilla opitaan juridiikan perusteita, joita ilman yrityksen perustaminen vaikenee huomattavasti. Opitaan erilaisia yritysmuotoja ja niihin liittyviä lakeja. (Lab 2021.)

Kursseja on siis todella paljon erilaisia, mutta jokainen niistä tarjoaa jonkin uuden näkökulman yrittäjyyteen. Tradenomi tutkinto antaa valmiudet työskennellä todella monessa eri tehtävässä, joten opintojen pitää myös koskea laajasti eri aihepiirejä, mikä palvelee hyvin yrittäjäksi haluavia opiskelijoita. (Lab 2021.)

5.2 Käsitteen rajaus

Tutkimuksessa on otettu huomioon ainoastaan tradenomi tutkinto, eikä kaikkia ammattikorkeakoulu tutkintoa suorittavien edellytyksiä perustaa kannattava yritys valmistumisen jälkeen. Aihe on erittäin laaja eikä aihetta saa riittävästi rajattua, jos ottaa huomioon kaikki ammattikorkeakoulujen opiskelijat.

Kaikki tradenomiopinnot voivat, näkökulmasta riippuen koskea yrittäjyyttä ja on luontevaa tarkastella tässä tutkimuksessa ainoastaan tradenomitutkintoa suorittavia, tai jo valmistuneita tradenomeja. Siitä huolimatta, että opinnäytetyössä keskitymme ainoastaan entisiin ja nykyisiin tradenomeihin, voi tutkimusta soveltaa myös muiden alojen opiskelijoihin.

5.3 Yrittäjyys

Yrittäjyys on laaja käsite ja se käsittää monta eri muotoa, mutta mitä yrittäminen pohjimmiltaan on? "Yrittäminen on oman osaamisen hyödyntämistä ja uskomista omaan liikeideaan". Yrittäjä yrittää jollain tavoin luoda kuluttajalle uutta arvoa. Oli kyseessä sitten esimerkiksi uuden tuotteen/palvelun luominen tai jollakin tavoin yritys parantaa jo olemassa olevaa tuotetta/palvelua. (Uusyrityskeskus 2021.)

Yrittäminen on aina riskialtista ja usein yrittäjä sitoutuu liikeideaansa koko omaisuudellaan, mutta tämä riippuu yrittämisen muodosta, johon pureudutaan tarkemmin myöhemmin. Yrittäjän keskeisin tavoite, tai ainakin sen pitäisi olla, on tehdä voittoa, jolla pystyy kattamaan oman elämisen ilman ulkopuolisten apua. Jos yrittäjä vähänkin menestyy palkkaa hän usein muita työntekijöitä pystyäkseen olemaan tehokkaampi. Yrittäjyys saattaa paperilla kuulostaa helpolta, mutta jokaiseen vaiheeseen sisältyy aina riskejä ja on vaikea ennakkoon tietää kannattaako esimerkiksi palkata uusi työntekijä. (Uusyrityskeskus 2021.)

5.4 Yritysmuotoja

Yrittäjyydessä on monta eri muotoa. Yrittäjä voi olla joko päätoiminen tai osa-aikainen. Päätoimisen yrittäjän tarkka määritelmä vaihtelee, mutta esimerkiksi Finka sivuston mukaan, "Työttömyysturvalaissa päätoimisena yrittäjänä pidetään henkilöä, jonka katsotaan saavan pääasiallisen toimeentulonsa yritystoiminnasta" (Finka 2022). Päätoimisen yrittäjyyden eri muotoja voivat olla Toiminimi, Osuuskunta, Osakeyhtiö, Avoin yhtiö ja Kommandiittiyhtiö. (infoFinland 2021.)

Opinnäytetyössä tutkitaan päätoimista yrittäjyyttä, mutta yrittäjyys voi olla myös osa-aikaista. Osa-aikaisessa eli sivutoimisessa yrittäjyydessä, yrittäjä ansaitsee pääasiallisen toimeentulonsa muilla tavoin kuin yritystoimintonsa kautta. Yrittäjä on silloin tyypillisesti opiskelija, palkansaaja tai eläkeläinen. Sivutoiminen yrittäjä voi valita minkä tahansa yrittäjämuodon, jonka päätoiminenkin yrittäjä voisi valita. Tyypillisesti sivutoiminen yrittäjä toimii yksin ja yritysmuotona on Toiminimi. Mikään ei kuitenkaan estä valitsemasta muitakin yritysmuotoja. (Yrityksen-Perustaminen n.d.)

5.5 Kannattava yritys käsite

Kannattava yritystoiminta on tärkein edellytys sille, että yritys kykenee jatkamaan toimintaansa (Hyytinen & Maliranta 2015). Millainen on sitten kannattava yritys ja miten kannattavuutta voidaan mitata?

Yksinkertaistettuna: yritys ei toimi kannattavasti, kun se tuottaa tappiota. Yrityksen tuottaessa tappiota se joutuu rahoittamaan toimintansa omasta pääomasta, ja mikäli tappiollinen ajanjakso on riittävän pitkä, jokainen yritys joutuisi lopulta konkurssiin. Yritys voi myös rahoittaa omaa toimintaansa vieraalla pääomalla, mutta seuraus olisi sama. Mikäli yrityksen tappiollinen ajanjakso on riittävän pitkä, se ei pysty suoriutumaan koroista, jotka liittyvät vieraaseen pääomaan ja lopulta yritys joutuu konkurssiin. (Hyytinen & Maliranta 2015.)

Tarkemmin analysoituna yrityksen tappiollinen ajanjakso ei kerro juuri mitään yrityksen kyvykkyydestä toimia kannattavasti. Se on esimerkiksi saattanut tehdä isoja investointeja ja tämän seurauksena yritys on tehnyt tappiota. On kuitenkin olemassa monia eri mittareita, jotka mittaavat tarkemmin yrityksen kannattavuutta. (Hyytinen & Maliranta 2015.)

5.6 Tunnuslukuja

Yrityksien toimintaedellytyksiä tarkasteltaessa käytetään erilaisia mittareita eli tunnuslukuja. Yleensä tunnusluvut koskevat kannattavuutta, maksuvalmiutta ja vakavaraisuutta. Näillä erilaisilla tunnusluvuilla pyritään saamaan mahdollisen tarkasti selville yrityksen taloudelliset toimintaedellytykset. Tarkoitus on määrittää, millainen on kannattava yritys, mutta saadakseen sen selville ei riitä tarkastella pelkästään kannattavuuden tunnuslukuja, vaan pitää tutkia myös maksuvalmiuden ja vakavaraisuuden tunnuslukuja. (Almatalent 2022.)

Tunnuslukuja on todella paljon erilaisia, mutta kaikkia ei tarvitse tietää saadakseen tarkan kuvan yrityksen taloudellisesta tilasta. Kuinka paljon tai kuinka vähän erilaisia tunnuslukuja tarvitsee tutkia, riippuu monesta eri tekijästä, riippuen mitä halutaan saada selville. Jokaisella henkilöllä on erilainen näkökulma mitä haluaa painottaa enemmän ja on ero, määritteäänkö yrityksen kannattavuutta sisältäpäin vai ulkoapäin. (Almatalent 2022.)

5.7 Kannattavuuden, vakavaraisuuden ja maksuvalmiuden tunnuslukuja

Kannattavuutta tarkasteltaessa käytetään pääsääntöisesti liikevaihtoon suhteutettuihin katemittareihin ja pääomaan suhteutettuihin tuottomittareihin. Yleisiä katemittareita ovat muun muassa käyttökateprosentti ja liiketulosprosentti. Yleisimmät tuottomittarit ovat puolestaan oman pääoman tuottoprosentti, sijoitetun pääoman tuottoprosentti ja kokonaispääoman tuottoprosentti. (Almatalent 2022.)

Kuten aikaisemmin on mainittu saadakseen syvällisempää tietoa, siitä onko jokin yritys kannattava, pitää tutkia myös vakavaraisuutta ja maksuvalmiutta. Vaikka yrityksen kannattavuutta koskevat tunnusluvut näyttävät hyviltä ei tarkoita, että yrityksen rahoitus olisi kunnossa tai yritys on kykenevä hoitamaan maksuvelvoitteensa. Toisin sanoen oleellinen asia yrityksen kannattavuutta ja taloudellisia näkymiä arvioidessa on huomioida monia erilaisia tunnuslukuja, erityisesti kannattavuudesta, vakavaraisuudesta ja maksuvalmiudesta. (Almatalent 2022.)

Vakavaraisuutta tarkasteltaessa keskitytään tutkimaan staattisten rahoitusrakenteiden, että dynaamisilla rahoituksen riittävyyden mittareita. Staattisen rahoitusrakenteiden mittareita ovat muun muassa omavaraisuusaste ja velkaantumisaste. Tyypillisiä dynaamisen rahoituksen mittareita ovat muun muassa vieraan pääoman takaisinmaksuaika ja nettorahoituskulut / käyttökate. (Almatalent 2022.)

5.8 Tunnuslukujen tulkitseminen

Edellä mainittuja mittareita käytetään arvioimaan yrityksen kannattavuutta, mutta tunnuslukujen tulkitseminen ei ole aina yksinkertaista. Esimerkiksi käyttökateprosentti kuvaa yrityksen liiketoiminnan tulosta ennen poistoja, rahoituseriä ja veroja. Käyttökateprosentti kuvaa, kuinka paljon yrityksen liikevaihdosta jää katetta, kun siitä vähennetään yrityksen toimintakulut. (Almatalent 2022.)

Käyttökatealle ei kuitenkaan voida määrittää yleisiä ohjearvoja, vaan sen tulkinta määräytyy pitkälti yrityksen toimialasta ja pääomarakenteesta. Koska käyttökateprosentille ei voida määrittää yleisiä ohjearvoja, on kannattavuutta arvioitaessa keskeisessä asemassa käyttökateprosentin arvioiminen useamman vuoden katekehitykseen, toimialalukuihin sekä käyttökateen riittävyys lainanhoitokulujen, verojen, investointien ja voitonjaon näkökulmasta. (Almatalent 2022.)

6 Tutkimuksen toteutus

6.1 Tutkimuksen eteneminen

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksella, ja tuloksia on analysoitu muun muassa ristiintaulukointia käyttäen. Opinnäytetyö toteutettiin kahdella kyselyllä, joista toinen suunnattiin entisille opiskelijoille ja toinen nykyisille opiskelijoille. Toimeksiantaja Tradenomiliitto lähetti kyselyt omia kanaviaan pitkin ja kun tulokset saatiin, ne analysoitiin erilaisilla menetelmillä.

Kyselyt ovat opinnäytetyön merkittävimmät osat, muttei työ rajoitu ainoastaan kyselyihin. Tutkimuksessa tarkastellaan eri lähtökohdista mitä kannattava yritystoiminta vaatii ja perehdytetään syvemmin yritystoimintaan ja sen eri osa-alueisiin. Yritys on kohtuullisen helppo perustaa, mutta jotta siitä muodostuisi kannattava pitkällä aikavälillä vaatii tarkempaa tarkastelua.

6.2 Tutkimuksen ongelma, tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyön tutkimuskysymys on ”Miten tradenomit arvioivat omia edellytyksiään perustaa kannattava yritys valmistumisen jälkeen”. Opinnäytetyöllä on tarkoitus muodostaa käsitys siitä, onko tradenomitutkimus riittävä tutkimus yrittäjyyttä varten, ja muuttuvatko edellytykset merkittävästi aloittaa yrittäjyys valmistumisen jälkeen verrattuna siihen, jos on vielä opiskelija. Tutkimusongelmaa on tarkennettu alatutkimus otsikolla, ” Opiskelevien- ja valmistuneiden tradenomien edellytysten eroavaisuudet kannattavan yrityksen perustamisessa”.

Alatutkimus otsikolla on tarkoitus selventää tutkimusongelman jälkimmäistä osaa, ja saada tarkempi vertailu tradenomiopiskelijoiden ja valmistuneiden välillä. Tutkimuksen keskeinen kysymys painottuu valmistumisen jälkeisiin muutamiin vuosiin, mutta alatutkimus otsikolla saadaan tuotua selvemmin myös työn toinen puoli, joka keskittyy ennen valmistumista tapahtuviin ratkaisuihin.

Tutkimuksella pyritään saamaan vahvistus hypoteesille, että tradenomitutkimus on riittävä tutkimus kannattavan yritystoiminnan perustamiseen. Hypoteesin osoittautuessa oikeaksi, tutkimus toivottavasti madaltaa kynnyksestä epäröivien opiskelijoiden ja valmistuneiden keskuudessa, jotka monien ajatusten seassa ajattelevat, onko minun järkevää perustaa yritys?

Opinnäytetyön aihe on laaja ja sen rajaaminen on tärkeää. Kaikista koulutusaloista olemme keskittyneet, kuten tutkimuskysymyksestä käy ilmi, nykyisiin ja entisiin tradenomiopiskelijoihin. Tutkimme aikaisempia yrittäjyyteen liittyviä tutkimuksia ja havainneet, että tällaista tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty ja sille voisi olla selkeä tarve. Tietoa tutkimusta varten

olemme etsineet yrittäjyyttä koskevasta kirjallisuudesta, tieteellisistä artikkeleista sekä muista yrittäjyyteen liittyvistä tutkimuksista.

6.3 Tutkimuksen teoreettinen viitekehys, tutkimusstrategia ja tiedonkeruumenetelmä

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostuu aiemmista tutkimuksista ja tieteellisestä kirjallisuudesta liittyen yritysten menestystekijöihin, kannattavuuteen

Kirjallisuuskatsauksen ensimmäisessä osassa perustellaan yrittäjän persoonallisuuspiirteiden ja taitojen yhteyttä yrityksen kasvuun. Ensimmäisessä kappaleessa tuodaan esille tutkimustuloksia yrittäjän persoonallisuuspiirteiden yhteydestä yrityksen kasvuun Big five- teorian mukaan tarkastelusta tutkimuksesta. Tutkimukseen valittiin kattavat korrelatiiviseen tutkimusasetelmaan sopivat tilasto- ja analyysimenetelmät Yrittäjän persoonallisuuspiirteiden yhteys yrityksen kasvuun voitiin perustella väitöskirjasta löytyvien tuloksien pohjalta viiden faktorin mukaisella PK5- testillä. Tämän tutkimuksen avulla ei voida yleisesti todeta yhteyttä löytyvän persoonallisuuspiirteiden ja yrityksen kasvun välillä, mutta se antaa signaalin yhteyden löytymisestä. Opinnäytetyössä ei ole tarkoitus todistaa yhteyttä, vaan selvittää tradenomiin omaa näkemystä siitä, onko heillä mielestään yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä. (Heikkinen 2007.)

Ensimmäisessä osassa kirjallisuuskatsausta käydään läpi myös yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä ja määritellään ne tarkemmin (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019). Lopuksi yrittäjän taidot avataan käsitteenä ja kerrotaan miten ja missä niitä voi kehittää. Teoreettinen viitekehys luodaan aiemmasta tutkimuksesta liittyen yrittäjän persoonallisuuspiirteistä, jossa käy ilmi persoonallisuuspiirteiden lisäksi myös taidoilla olevan yhteys yrityksen kasvuun (Heikkinen 2007). Muutoin osion viitekehys muodostuu tieteellisestä kirjallisuudesta. Opinnäytetyössä mainitut yrittäjälle tyypilliset persoonallisuuspiirteet ovat vain esimerkkejä ja ei voida olla varmoja niiden soveltuvuudesta mille tahansa toimialalle. Kyseisistä persoonallisuuspiirteistä saa hahmotettua, millaisia persoonallisuuspiirteitä yrittäjältä voisi löytyä. (Suomi.fi-verkkotoimitus 2019.)

Kirjallisuuskatsauksen toisessa osassa annetaan esimerkkejä erilaisiin liiketoiminnan kehittämiseen liittyviin aihepiireihin. Siinä tuodaan esille laajasti keinoja, joilla voidaan mahdollisesti vaikuttaa liiketoiminnan menestymiseen ja kannattavuuteen. Niiden osalta teoreettinen viitekehys muodostuu aiemmista tutkimuksista liittyen verkostoihin ja asiakokokemukseen, sekä tieteellisestä kirjallisuudesta.

Verkostot kappaleessa nousevat esille resurssiriippuvuus- ja transaktioteoria. Edellä mainitut teoriat toistuvat useissa verkostotutkimuksissa, joten niitä voidaan pitää merkittävänä teorioina osana kyseisiä tutkimuksia. Teorioiden avulla voi saada ymmärrystä verkostoitumisen merkityksestä, mikäli se tuntuu käsitteenä tuntemattomalta. Verkostoitumisen ja asiakaslähtöisyyden käsitteitä avattiin opinnäytetyössä eniten tutkimuskirjallisuudella siitä syystä, ettei niille löydy yhtä täsmällistä määritelmää, kuin muille käsitteille. (Järvensivu 2019.)

Kolmas kirjallisuuskatsaus koostuu Yrittäjät järjestön internetsivulla julkaistuista tutkimuksista. Tutkimukset käsittelevät monipuolisesti yrittäjyyteen liittyviä ajankohtaisia aiheita. Digibarometri, Yrittäjägallup, Pk-yritysbarometri ja Omistajanvaihdosbarometri ovat kaikki tehty kyselytutkimuksina yrittäjille. Nämä tutkimukset tuovat opinnäytetyöhön pohjaa ja auttavat hahmottamaan paremmin, miksi opinnäytetyön tutkimuskysymys, ja ylipäätään yrittäjyyteen liittyvät tutkimukset ovat tärkeitä ja ajankohtaisia.

Viimeinen kirjallisuuskatsaus rakentaa teoreettisen taustan yrittäjyydestä, kannattavuudesta sekä tradenomeista. Ensimmäiseksi määritellään tradenomit käsite eli mitä sillä tarkoitetaan ja mitä käsite rajataan tarkoittamaan tämän tutkimuksen osalta (Lab 2021). Seuraavaksi avataan mitä yrittäjyydellä sekä sen erilaisilla muodoilla tarkoitetaan ja määritellään, minkälaista yrittäjyyttä tässä tutkimuksessa tutkitaan (Uusyrityseskus 2021). Myös kannattavuuden käsite määritellään tarkasti ja käydään läpi sen mittaamiseen käytettäviä tunnuslukuja (Hyytinen & Maliranta 2015). Edellä mainittujen käsitteiden teoreettinen viitekehys muodostuu tieteellisestä kirjallisuudesta. Keskeisimpien käsitteiden kokonaisvaltainen tunteminen on edellytys koko opinnäytetyön tekemiselle.

Tutkimuksen aineistonkeruu on toteutettu määrällisen tutkimuksen aineistonkeruu menetelmällä kahdella internet-kyselyllä. Internet-kysely valittiin tutkimusmenetelmäksi, koska tutkimuksessa haluttiin saada mahdollisimman usean tradenomin vastaus tutkimuskysymyksiin, jotta voidaan olla varmempia, ettei vastaukset perustu liian pienen joukon ajatuksiin. Tarkoituksenamme oli saada mahdollisimman monen tradenomin vastaus siihen voisiko tämä tutkinnon jälkeen perustaa kannattavan yrityksen ja syyt vastaukselle. Näin pystyimme saamaan selville mitä ja miksi tutkimuskysymykseen yleisesti vastattiin.

Määrälliselle tutkimukselle pyritään saamaan mahdollisimman suuri määrä vastaajia (Vilka 2007). Internet-kysely on mahdollista lähettää vaivattomasti eteenpäin suurelle kohderyhmälle (Spoken 2022). Kuten tutkimuksessa on aiemminkin käynyt ilmi, kyselyt lähetettiin Tradenomiliiton toimesta heidän jäsenilleen, joista yli 13 896 opiskelevaa- ja valmistunutta tradenomia kutsuttiin kyselyyn mukaan. Läheskään kaikki kutsutut eivät tietenkään

vastanneet kyselyyn, mutta tällä tavalla saatiin kutsuttua suuri määrä tradenomeja vastaamaan kyselyihin. (Webropol 2022.)

6.4 Aineiston kerääminen

Tutkimus on toteutettu keräämällä vastauksia tällä hetkellä opiskelevilta ja valmistuneilta tradenomeilta kahdella yrittäjyyteen painottuvalla kyselytutkimuksella. Kyselytutkimukset on laadittu yhteistyössä Tradenomiliiton kanssa ja tämän jälkeen tutkimuksen toimeksiantaja Tradenomiliitto lähetti kyselyt omille jäsenilleen. Toinen kyselyistä kohdistettiin tällä hetkellä opiskeleville ja toinen valmistuneille tradenomeille.

Tutkimuskysymykset luotiin heti opinnäytetyön alussa ja niitä muokattiin opinnäytetyön edessä sopivammiksi, jotta ne vastaavat teoriaosuudessa käsiteltyjä aihepiirejä paremmin. Kysymyksiä laadittiin opiskelevia tradenomeja varten 27 ja valmistuneiden tradenomien kyselyyn 29 kappaletta ja ne löytyvät liitteenä työstä.

Kyselyt lähetettiin samanaikaisesti ja ne ajoitettiin tammikuun loppuun, jonka Tradenomiliitto arvioi tuovan isomman vastausmäärän kuin alun perin ajateltu loppuvuosi 2021. Vastausaikaa kyselyihin annettiin noin kaksi viikkoa.

Kyselyihin valittiin vastaajiksi opiskelevat ja valmistuneet tradenomit, jotta saimme vertailtua heitä ristiin ja saimme laajemman vastauksen tutkimuskysymykseen. Kaikki tradenomit voivat vastata kyselyyn eli emme rajanneet pois esimerkiksi tietojenkäsittelijöitä tai muitakaan tradenominkoulutusta suorittavia tai tradenomikoulutuksesta valmistuneita.

Kyselyihin pääsi vastaamaan linkkien kautta, joka johti Webropol kysely- ja raportointityökalulla laadittuihin kyselyihin. Vastauksien määrille emme asettaneet mitään rajaa, kaikki vastaukset otettiin vastaan aikarajan puitteissa. (Webropol 2022.)

6.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimus tehtiin kyselytutkimuksina Tradenomiliitto TRAL:n jäsenille. Kyselyt lähetettiin valmistuneille ja tutkintoa parasta aikaa suorittaville tradenomeille ympäri Suomen. Kyselyihin kutsuttiin 13 896 opiskelevaa- ja valmistunutta tradenomia. 22:sta Suomen ammattikorkeakoulusta 16:sta vastattiin opiskelevien tradenomien kyselyyn ja 18:sta valmistuneiden. Haaga-Helian ammattikorkeakoulusta saatiin selvästi muita kouluja enemmän vastauksia molempiin kyselyihin ja muutoin vastausmäärät jakaantuivat suhteellisen tasaisesti. Opiskelevien tradenomien kyselyyn vastaksensa palautti 57 ja valmistuneiden 146. Yhteensä vastausprosentti kyselyissä oli $\approx 1.5\%$. (Webropol 2022.)

Voidaan todeta, että vastausprosentti jäi alhaiseksi. Tämä voi johtua monesta eri tekijästä, yksi syy voi olla, ettei suurimmalle osalle Tradenomiliiton jäsenistä sopinut ajankohta, jolloin kyselyihin oli mahdollista vastata. Kyselyt lähetettiin jäsenistölle tammikuun lopussa 28 päivä ja kyselyihin pystyi vastaamaan 16 päivää, 12 helmikuuta asti. Alhaisen vastausprosentin takia ei voida olla varmoja siitä, että loput opiskelevista -ja valmistuneista tradenomeista vastaisivat kyselyihin pääpiirteittäin samalla tavalla. Voidaan kuitenkin sanoa tutkimuksen olevan laaja, sillä siihen osallistui iso osa Suomen ammattikorkeakouluista.

Kyselytutkimukseen kuului pakollisia ja vapaaehtoisia kysymyksiä, joista myös vapaaehtoiisiin saatiin merkittävä määrä vastauksia. Avoimiin kysymyksiin vastattiin pääosin hyvin johdonmukaisesti ja huolellisesti.

Tutkimukset antavat siihen vastanneiden osalta hyvin kattavan kuvan tradenomiliittoon kuuluvien opiskelijoiden ja valmistuneiden arvioinneista omista edellytyksistään perustaa kannattava yritys heti valmistumisen jälkeen. Täytyy kuitenkin muistaa, että Suomessa on valtava määrä tradenomeja, joista kaikki eivät kuulu Tradenomiliittoon. Kyselyihin vastanneiden määrä oli pieni suhteessa lähetettyihin kutsuihin. Tuloksiin tulee kuitenkin suhtautua varauksellisesti, sillä tutkimuksesta jäivät pois niiden tradenomien vastaukset, jotka eivät kuulu Tradenomiliittoon ja niiden, jotka saivat kutsun, mutteivat vastanneet kumpaankaan kyselyyn.

7 Kyselytutkimusten tulokset

7.1 Kyselyiden tulokset

Aluksi käydään läpi kyselyn monivalintakysymykset. Relevanteimmat kysymykset käydään yksityiskohtaisesti läpi ja jokaisen kysymyksen kohdalle tulee alkuun kysymyksen esittely, ja kuvaajan jälkeen esitellään tulokset. Tämän jälkeen pohditaan tarkemmin kysymyksen vastauksia ja tehdään niistä johtopäätöksiä.

Pohdinnassa ja johtopäätöksissä on tehty tarkempaa vertailua kyselyiden välillä. Niihin yritettiin valita kiinnostavimmat ja oleelliset kysymykset, jotka esiintyvät kummassakin kyselyssä.

7.2 Opiskelijoiden yrityskysely

Seuraavaksi käydään kyselyn vastaukset tarkemmin läpi. Jokaista kysymystä ei käydä läpi vaan pyritään keskittymään meidän mielestämme olennaisimpiin kysymyksiin. Kyselyiden vastaukset on esitetty kahdella tavalla, joko ympyrä- tai palkkikaaviolla.

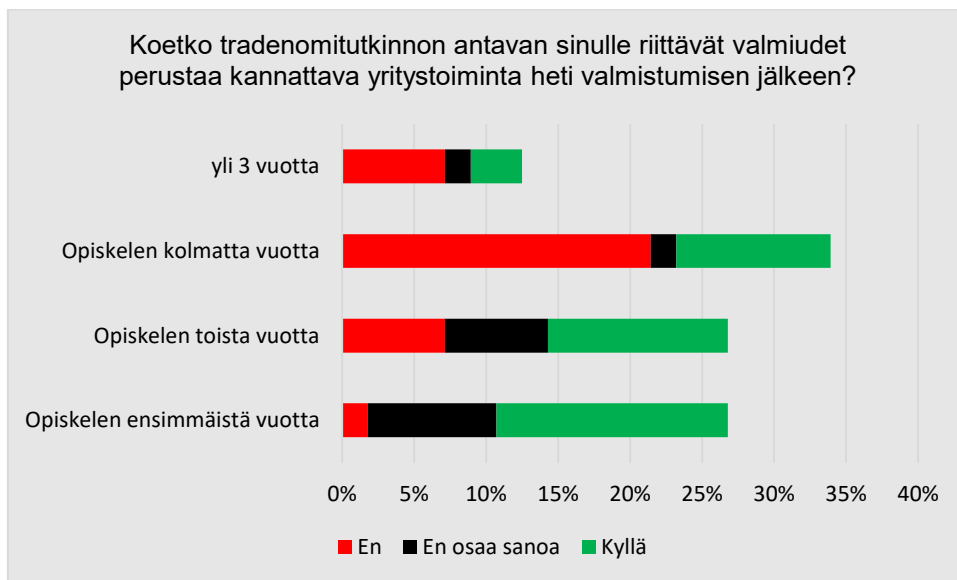
Alla oleva kaavio kertoo miten tradenomiopiskelijoiden vastaukset kuvaajassa esitettyyn kysymykseen jakaantuvat ympyrädiagrammille. Vastaajien määrä 56.



Kuva 5. Opiskelevien tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen.

Tradenomi opiskelijoista valtaosa (43 %) kokee tradenomitutkinnon antavan riittävät valmiudet perustaa kannattava yritys valmistumisen jälkeen. Myös suuri osa (37 %) kokee ettei tradenomitutkinto anna riittäviä valmiuksia. 20 % vastaajista ei osannut sanoa riittäkö tradenomitutkinto antamaa riittävät valmiudet.

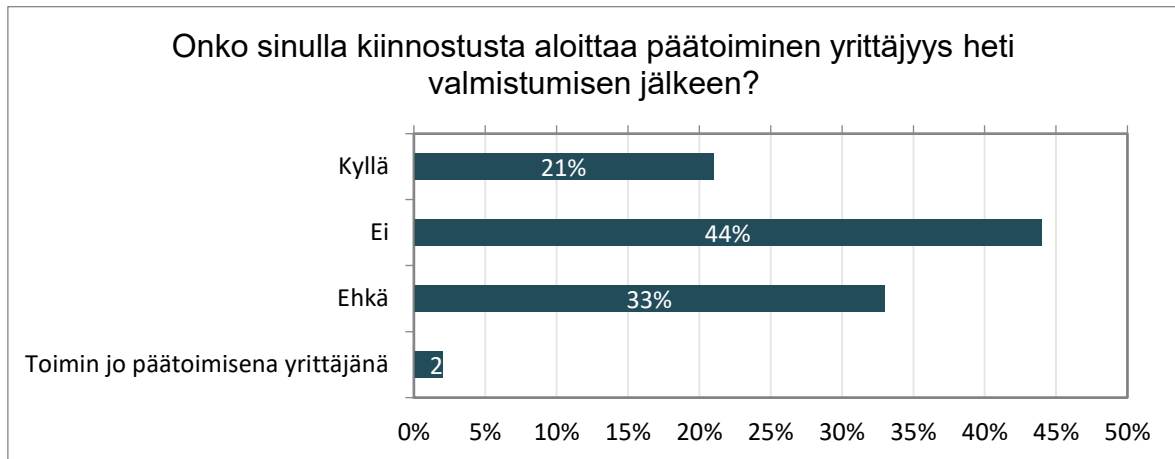
Tämä kaavio kertoo miten tradenomiopiskelijoiden vastaukset kuvaajassa esitettyyn kysymykseen jakaantuvat palkkikaaviole opintojen keston mukaan. Vastaajien määrä 56.



Kuva 6. Opiskelevien tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen opiskeluvuodet huomioon otettuna.

Kaaviosta on havaittavissa ensimmäisen ja toisen vuoden opiskelijoiden vastanneen kysymykseen useammin "Kyllä" tai "En osaa sanoa", kuin seuraavien vuosien opiskelijat.

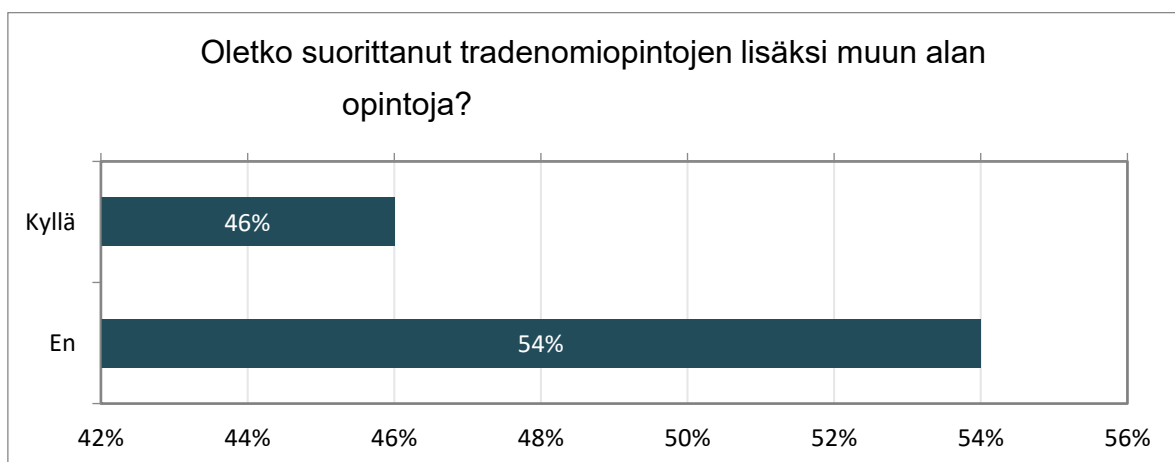
Seuraavissa kaaviossa esitetään miten tradenomiopiskelijoiden vastaukset kuvaajassa esitettyyn kysymykseen jakautuvat palkkikaaviossa. Vastaajien määrä 57.



Kuva 7. Opiskelevien tradenomien kiinnostus kannattavan yrityksen perustamiseen heti valmistumisen jälkeen.

Noin puolella opiskelijoista (44 %) ei ole kiinnostusta ryhtyä yrittäjäksi heti valmistumisen jälkeen. Kiinnostuneita tai jo yrittäjiä löytyy opiskelijoiden joukosta 23 % ja kolmasosa ei vielä tiedä onko heillä kiinnostusta aloittaa päätoiminen yrittäjyys heti valmistumisen jälkeen.

Alla olevassa kaaviossa on esitetty ovatko tradenomiopiskelijat suorittaneet muiden alojen opintoja. Vastaajien määrä 57.



Kuva 8. Opiskelevien tradenomien suoritetut muun alan opinnot.

Kaaviossa käy ilmi, että hieman yli puolet opiskelijoista (54 %) eivät ole suorittaneet muiden alojen opintoja, mutta peräti 46 % on kuitenkin suorittanut myös muiden alojen opintoja.

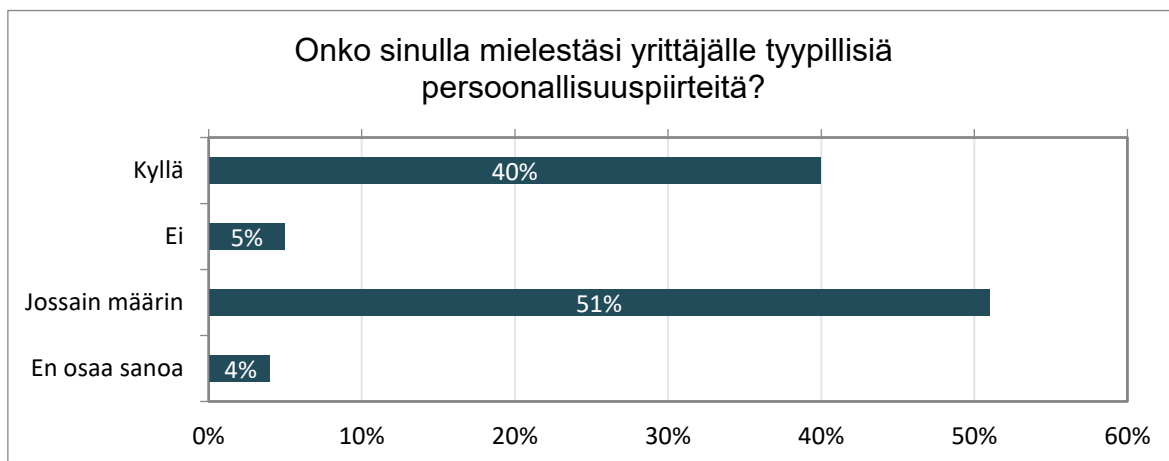
Kysyimme myös minkä muiden alojen opintoja tradenomiopiskelijat ovat suorittaneet ennen tradenomiksi valmistumista, ja moni on suorittanut esimerkiksi merkonomien opintoja, mutta vastauksiin mahtui laaja kirjo kaikenlaisia opintoja.

Seuraavaa kaaviota varten on selvitetty, onko opiskelijoilla mielestään yrittäjille sopivia persoonallisuuspiirteitä.

Vastaajien

määrä

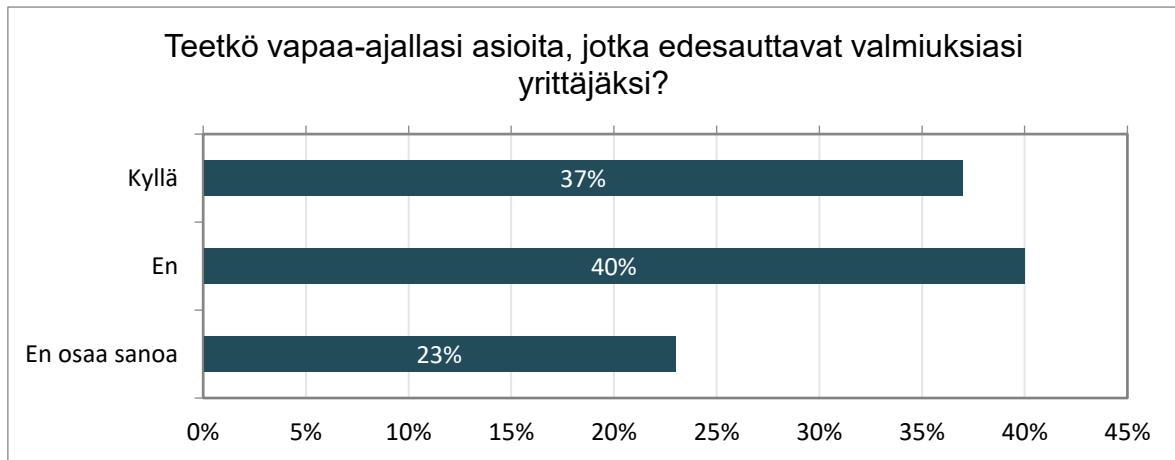
57.



Kuva 9. Opiskelevien tradenomien yrittäjälle tyypilliset persoonallisuuspiirteet.

Kaaviosta nähdään, että melkein kaikilla opiskelijoilla (91 %) on mielestään ainakin joitain yrittäjälle sopivia persoonallisuuspiirteitä. Vain 5 % vastaajista vastasivat, ettei heillä ole mitään yrittäjälle sopivaa persoonallisuuspiirrettä ja loput (4 %) eivät osanneet sanoa. Kysyimme heiltä mitkä persoonallisuuspiirteet ovat tyypillisiä yrittäjälle ja yleisimpiin vastauksiin kuuluivat rohkeus, ahkeruus, päättäväisyys, periksiantamattomuus ja sinnikkyys.

Seuraavassa kaaviossa kysyttiin edistääkö opiskelijoiden vapaa-ajalla tekemät asiat valmiuksia ryhtyä yrittäjiksi. Vastaajien määrä 57.

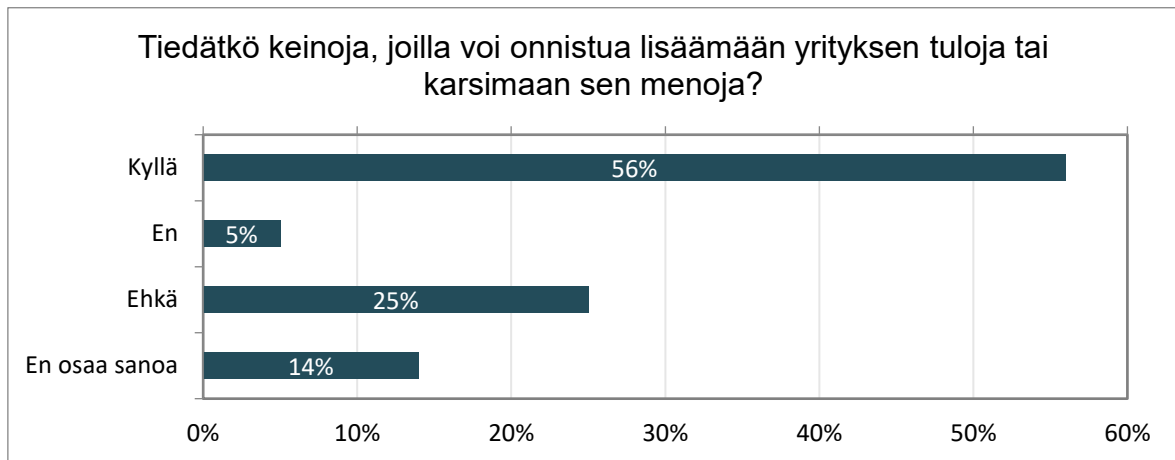


Kuva 10. Opiskelevien tradenomien vapaa-ajan käyttäminen valmiuksien lisäämiseen yrittämisessä.

Tässä kyselyssä vastaukset jakaantuivat aika tasan kolmen vastausvaihtoehdon välillä. 37 % piti omia vapaa-ajan toimiaan edistävän valmiuksia yrittäjäksi ryhtymistä, kun taas 40 % eivät olleet tätä mieltä. 23 % eivät osanneet sanoa edistävätkö heidän vapaa-aikansa toimet yrittäjäksi ryhtymistä. Pyysimme opiskelijoilta tarkentavan kysymyksen, johon vastattiin, millaisia asioita vapaa-ajalla tehdään. Opiskelijat vastasivat muun muassa seuraavasti:

- *”Opiskelen tulevaan yrittäjyyteen liittyviä aiheita mm. lukemalla ja kuuntelemalla podcasteja. Olen kiinnostunut muiden yrittäjien tarinoista ja yrittäjyyteen johtaneista poluista, ja heidän kanssaan keskustellessani olen oppinut myös paljon.”*
- *”Kirjallisuus, kontaktit, omien kanavien sisällön ylläpitäminen, omien vahvuuksien kehittäminen. sekä taitojen kehittäminen liittyy itse tulevaan yritykseen.”*
- *”Koko perheeni on yrittäjiä, ja vapaa-aikani kuluu puolisoni maatalousyrityksessä autellen. Keskustelemme paljon yrittäjyyteen liittyvistä asioista.”*

Alla olevassa kaaviossa on havainnollistettu palkkikaavion avulla, onko opiskelijoilla keinoja saada yritys lisäämään tuloja tai karsimaan menoja. Vastaajien määrä 57.



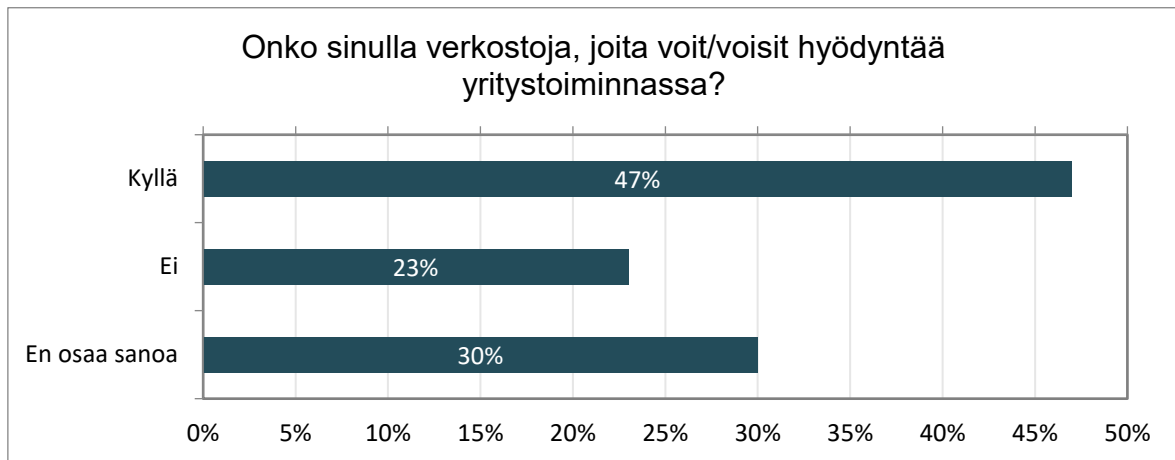
Kuva 11. Opiskelevien tradenomien tietämys tulojen lisäämisen ja menojen karsimisen keinoista.

Neljästä vaihtoehdosta suurin osa (54 %) oli sitä mieltä, että heillä olisi keinoja, joilla voisi lisätä yrityksen tuloja tai karsia menoja. Vain 5 % vastaajista ei tiennyt ollenkaan keinoja ja loput 29 % eivät olleet varmoja keinoista. Heistä 25 % vastasi kysymykseen ehkä ja 14 % ei osannut sanoa. Kysimme opiskelijoilta myös millaisia keinoja he tietävät ja vastauksissa toistui useasti markkinointi.

Tässä muutama esimerkki vastaus kysymykseen: Millaisia keinoja tiedät tai saatat tietää, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja ja/tai karsimaan sen menoja?

- ”Lisäämään tuloja: myynti, markkinointi, kampanjat, uudet tuotteet tai palvelut, rahoituksen hankkiminen (sijoittajat, lainat) Karsimaan menoja: lean-malli, kuluanalyysi sekä tilinpäätöksen analyysi ja ongelmakohtien löytäminen niistä ja kulujen karsiminen niiden perusteella, irtisanominen/lomauttaminen, lainojen/palveluiden kilpailuttaminen, YEL-vakuutusmaksujen vähentäminen minimiin tilapäisesti”
- ”Tarkastelemalla kriittisesti yrityksen toimintoja ja pyrkimällä suoraviivaistamaan ja järjeistämään niitä. Yrityksestä riippuen myös esimerkiksi markkinointia tehostamalla, raaka-ainehankintoja kilpailuttamalla yms.”
- ”Lisääminen: Markkinoinnin kohdistaminen oikeisiin kanaviin ja oikeille asiakassegmenteille, Asiakassegmentointi, Alennukset, Laskutustyyppien muutokset (kertamaksu vs esim. Saas), Investoinnit, Menojen karsinta: kulujen optimointi, YT-neuvottelut, asiakassegmentointi, Markkinoinnin kohdistaminen oikeisiin kanaviin ja oikeille asiakassegmenteille, Muuttuvien kulujen kilpailutus (raaka-aineet / tuotantosuorat), Lainaneuvottelut.”

Alla olevassa kaaviossa on kysytty opiskelijoiden verkostoista ja voiko niitä mahdollisesti hyödyntää yritystoiminnassa. Vastaajien määrä 57.



Kuva 12. Opiskelevien tradenomien verkostot yritystoimintaan.

Suurin osa vastaajista (47 %) oli sitä mieltä, että heillä on verkostoja, joita voisi hyödyntää yritystoiminnassa. Seuraavaksi vastaukset jakaantuivat melko tasan, 30 % ei osannut sanoa voiko omia verkostoja käyttämään yritystoiminnassa ja 23 % vastasi, että heillä joko ei ole tai he eivät pysty käyttämään verkostoja yritystoiminnassa. Kysyimme opiskelijoilta myös millä tavoin he voivat hyödyntää verkostojaan ja saimme muun muassa seuraavanlaisia vastauksia:

- *"Uusien taitojen ja tietojen oppiminen, mm yrittäjänä eläminen ja yrityksen pyörittäminen. Tarvittaessa saan joltakulta verkostossani apua ongelmaani tai sparrausta mieltä askarruttavassa asiassa. Verkostoni kautta olen saanut myös konkreettisia töitä."*
- *"yhteistyö, kontaktit esim. sijoittajat, asiakkaiden hankinta, verkostojen verkostoille markkinointi esim. yhteistyökampanjan kautta."*
- *"Saan verkostoltani sparrausta, vinkkejä ja näkemyksiä yrittäjyyteen sekä hyödyllisiä kontakteja tms."*

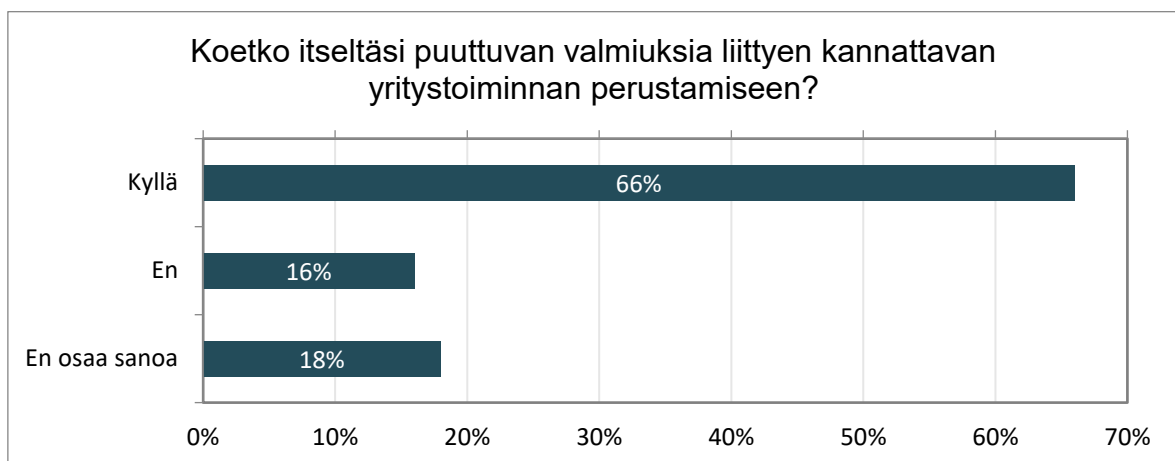
Alla oleva kaavio havainnollistaa miten opiskelijat kokevat omat verkostonsa tuottavan yritykselle hyötyä. Vastaajien määrä 26.



Kuva 13. Opiskelevien tradenomien verkostojen hyödyllisyys yrityksen kannattavuuden parantamiseen.

Yli puolet vastaajista (57 %) uskovat omista verkostoista olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa ja vastaavasti vain 4 % eivät usko omista verkostoista olevan mitään hyötyä. 31 % näkivät voitavansa hyödyntää jossain määrin omia verkostojaan ja 8 % vastaajista eivät osanneet sanoa, pystyykö omia verkostoja hyödyntämään vai ei.

Seuraavalla palkkikaaviolla selvitetään opiskelijoiden mielipidettä omista valmiuksista. Vastaajien määrä 56.



Kuva 14. Opiskelevien tradenomien puutokset liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen.

Peräti 66 % vastaajista olivat sitä mieltä, että heiltä puuttuu valmiuksia perustaa kannattava yritys. Ainoastaan 16 % vastaajista olivat sitä mieltä, ettei heiltä puutu valmiuksia ja 18 % eivät osanneet sanoa.

Tästä kaaviosta näkee aiemman kysymyksen vastaukset samalla kun vertaillaan eri luku-
vuotta opiskelevia tradenomeja. Vastaajien määrä 56.



Kuva 15. Opiskelevien tradenomien puutokset liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen lukuvuodet huomioon otetuna.

Kaaviosta huomaa yli kolmatta vuotta opiskelevien vastanneen kysymykseen harvemmin ”Kyllä” kuin vähemmän aikaa opiskelleet tradenomit. Seuraavaksi listataan puutoksia, joita tradenomit kokevat itseltään löytyvän:

- *”Liikeidea puuttuu”*
- *”Osaan jonkin verran teoriaa, mutta en tiedä tarpeeksi, miten kaikki toimii käytännössä.”*
- *”En ymmärrä esim miten kirjanpito tehdään”*
- *”En tiedä, mistä aloittaisin. Tiedän, mitä haluaisin myydä, mutta en tiedä, miten saisin tuotteita Suomeen.”*
- *”Epävarmuus kalvaisi. Sekä yritysidea puuttuu, vaikka halua siihen olisikin”*
- *”En ole yrittäjätyyppiä. Haluan varman palkan ja lomat.”*

Seuraavaksi listataan perusteluja heiltä, jotka eivät koe itseltään löytyvän puutoksia:

- *”Koulun puolesta saamme hyvin kattavat valmiudet aloittaa yritystoiminta ja perustammekin omat osuuskunnat kouluaikana (Opiskelen Terwa-akatemiassa)”*
- *”Olen jo yritykseni perustanut ja ainakin tähän mennessä se on kannattanut.”*

- *”Tiedän perusteet kannattavan yritystoiminnan pyörittämiselle ja tälläkin hetkellä yritykseni on kannattava. Aina voi kuitenkin oppia uutta ja kokeilla erilaisia lähestymistapoja ja parantaa kannattavuutta”*
- *”Tiedän mistä löydän asiakkaita, kuinka myyn osaamistani ja kuinka kehittää liiketoimintaani. Työkokemuksen kautta ja läheltä seuranneena tiedän mitä omalla alallani kannattaa tehdä, mitä ei ja mitä priorisoida, jotta yritys kannattaa.”*

Seuraavassa kaaviossa on kerrottu opiskelijoiden työkokemuksesta pakollisen työharjoittelun ohella. Vastaajien määrä 56.



Kuva 16. Opiskelevien tradenomien työkokemus.

Kaaviosta voidaan tehdä selkeä päätelmä, että suurin osa tradenomeista ovat saaneet harjoittelun lisäksi muutakin työkokemusta. Peräti 80 % ilmoitti, että he ovat saaneet muuta työkokemusta, kun taas vain 20 % ei ollut saanut muuta työkokemusta.

Kuten edellinen kaavio tämäkin liittyy opiskelijoiden työllisyyteen ja työkokemuksen määrään. Vastaajien määrä 31.



Kuva 17. Opiskelevien tradenomien tarve työkokemukselle ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä.

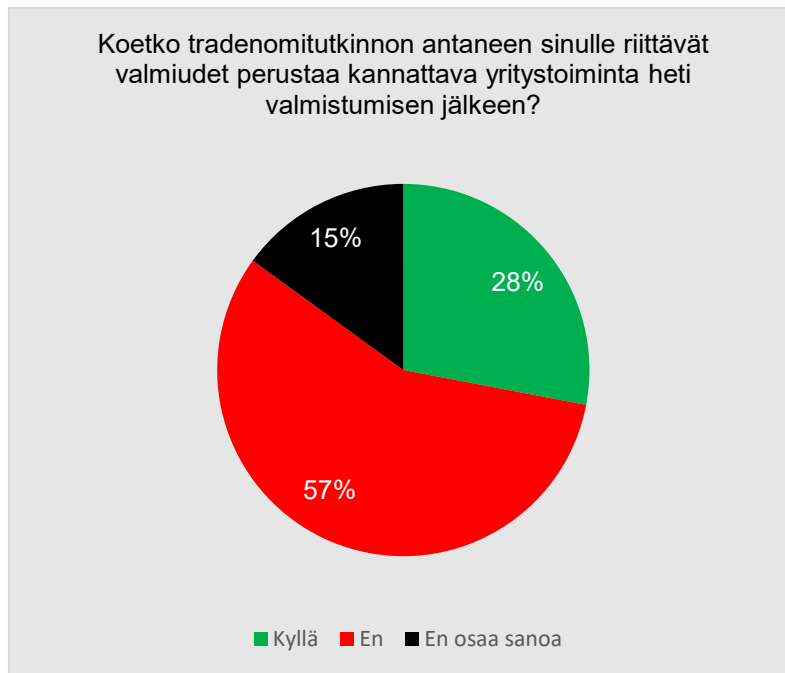
Vaikka edellisessä kaaviossa huomattiin, että suurin osa opiskelijoista on saanut muutakin työkokemusta kuin vain harjoittelusta, tässä kaaviossa vastaukset jakaantuivat suhteellisen tasapuolisesti. Kun kysyttiin kokevatko opiskelijat tarvitsevansa työkokemusta valmistumisen jälkeen ennen kuin he ryhtyvät yrittäjäksi 42 % vastasi kyllä ja 32 % ei. Vastaavasti 7 % ei osannut sanoa ja 19 % eivät olleet varmoja tarvitsevatko he lisää työkokemusta.

7.3 Valmistuneiden Tradenomien yrittäjyyskysely

Seuraavaksi käymme valmistuneiden tradenomien kysely läpi. Kuten edellisessä kyselyssä, emme käy läpi jokaista kysymystä vaan pyrimme keskittymään meidän mielestämme olennaisimpiin kysymyksiin.

Kyselyiden vastaukset on esitetty kahdella erilaisella kuvaajalla. Toinen niistä on ympyrädiagrammi ja toinen on palkkikaavio.

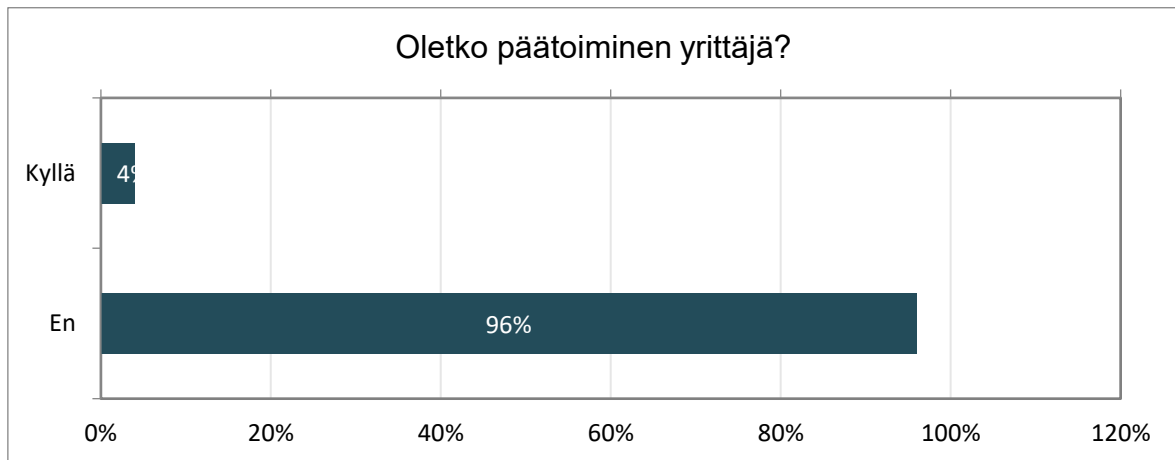
Edellä oleva kaavio kertoo miten valmistuneiden tradenomien vastaukset kuvaajassa esitettyyn kysymykseen jakaantuvat ympyrädiagrammille. Vastaajien määrä 144.



Kuva 18. Valmistuneiden tradenomien arviot omista valmiuksistaan kannattavan yritystoiminnan perustamiseen heti valmistumisen jälkeen.

Valmistuneista tradenomeista valtaosa (57 %) kokee ettei tradenomitutkinto anna riittäviä valmiuksia perustaa kannattava yritys heti valmistumisen jälkeen. 28 % kokee tradenomitutkinnon antavan riittävät valmiudet. 15 % vastaajista ei osannut sanoa riittäkö tradenomitutkinto antamaa riittävät valmiudet.

Seuraavassa kaaviossa on selvitetty ovatko valmistuneet tradenomit yrittäjiä. Vastaajien määrä 144.

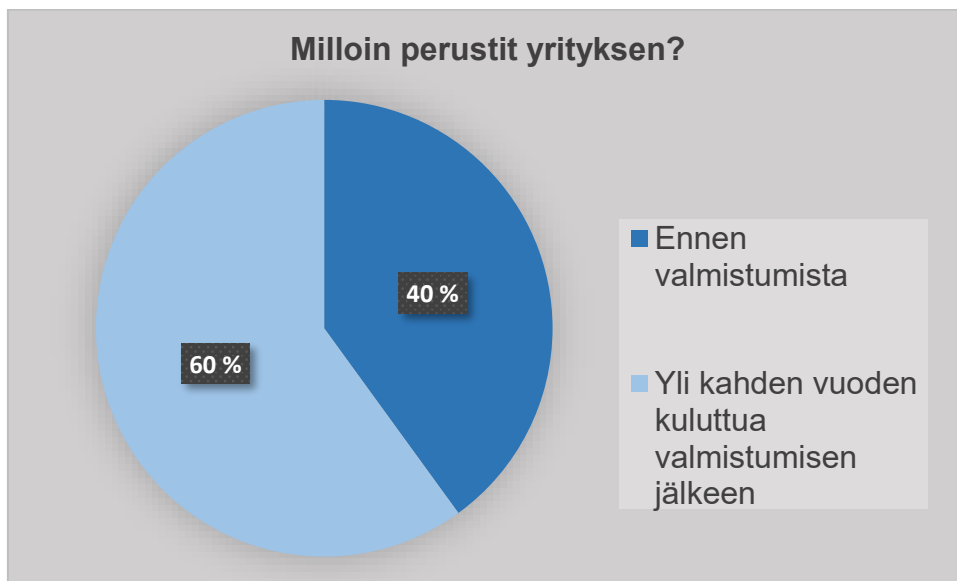


Kuva 19. Valmistuneet tradenomit päätoimisena yrittäjänä.

Päätoimisia yrittäjiä oli ainoastaan 4 % vastaajista. Loput vastaajista (96 %) eivät ole päätoimisia yrittäjiä. Jokainen, joka vastasi olevansa yrittäjä vastasi yritystoimintansa olevan pääasiassa kannattavaa, kun heiltä kysyttiin, onko heidän yritystoimintansa pääasiassa kannattavaa. 15 % vastaajista oli saanut työkokemusta toimialalta, jolla ryhtyi yrittäjäksi ja loput (85 %) eivät olleet. Kaikki päätoimiset yrittäjät olivat kuitenkin saaneet työkokemusta ennen tradenomiksi valmistumista työharjoittelun lisäksi. Lisäksi lähes kaikki heistä olivat saaneet yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja/tai tietoa työpaikoissa ennen valmistumista. Päätoimisilta yrittäjiltä kysyttiin syytä yrittäjäksi ryhtymisestä, johon saatiin seuraavanlaisia vastauksia:

- *"Itsenäisyys"*
- *"Proakatemialla yrittäjyys kuuluu opiskeluun. Mutta tosiasiasa minulla oli toiminimi jo aiemmin olemassa, perustin sen koska työllistyminen oli vaikeaa enkä halunnut jäädä kotiin makaamaan."*
- *"Halusin hyödyntää osaamistani laajemmin ja vapaammin."*
- *"Oma vapaus työnteolle"*

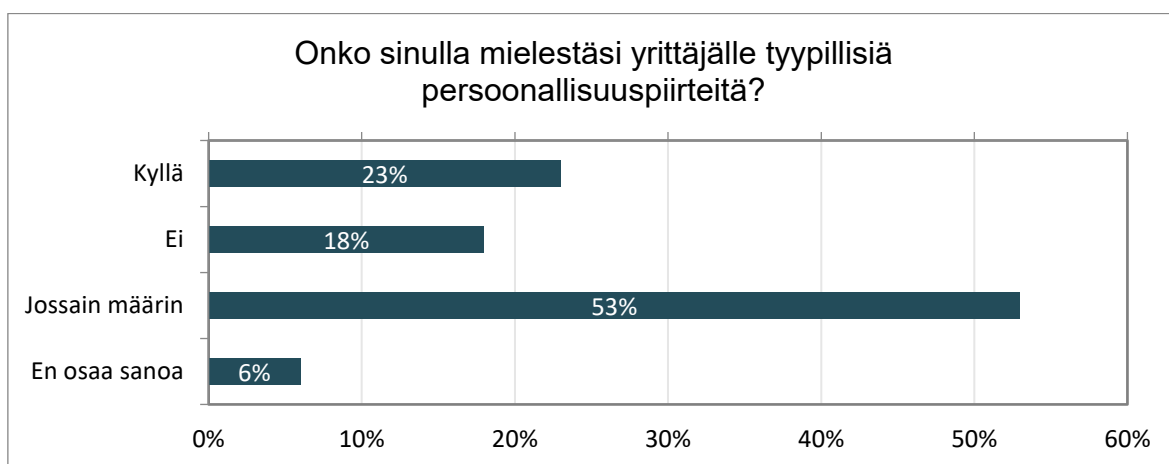
Alla oleva kuvaaja tuo ilmi, milloin päätoimiset yrittäjät ovat perustaneet yrityksen. Vastajien määrä 5.



Kuva 20. Yrityksen perustamisen ajankohta päätoimisilla yrittäjillä.

Päätoimisista yrittäjistä 40 % perusti yrityksen ennen valmistumista ja 60 % yli kahden vuoden kuluttua valmistumisesta.

Alla olevassa kaaviossa on selvitetty mielipidettä omista persoonallisuuspiirteistä. Vastajien määrä 146.

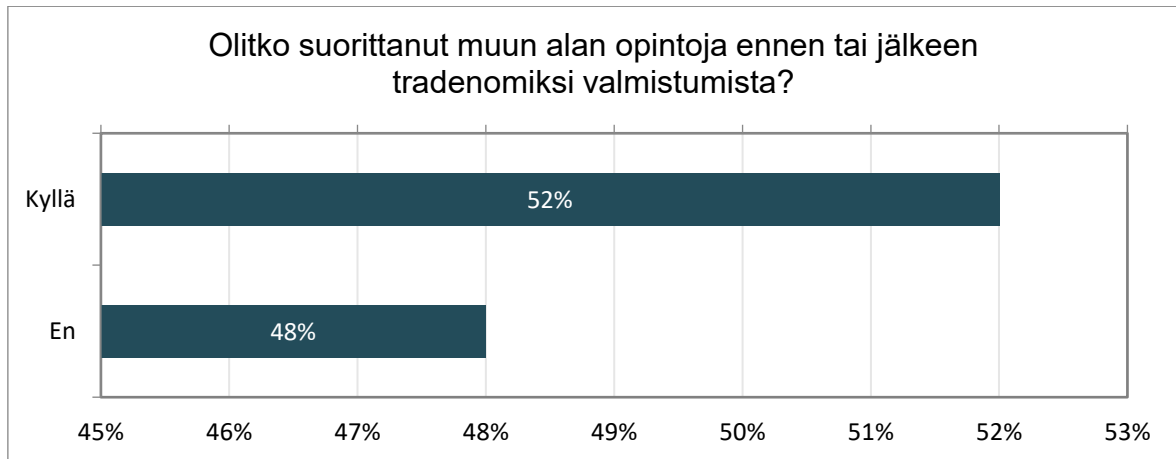


Kuva 21. Valmistuneiden tradenomien yrittäjälle tyypilliset persoonallisuuspiirteet.

Valtaosa (76 %) valmistuneista tradenomeista vastasi omaavansa yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä vähintäänkin jossain määrin. 18 % vastasi, ettei omaa yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä. Loput (6 %) eivät osanneet päättää omaavatko vai eivät.

Kysyimme heiltä mitkä persoonallisuuspiirteet ovat tyypillisiä yrittäjälle ja yleisimpiin vastauksiin kuuluivat rohkeus, periksiantamattomuus, ahkeruus, innovatiivisuus ja sinnikkyys.

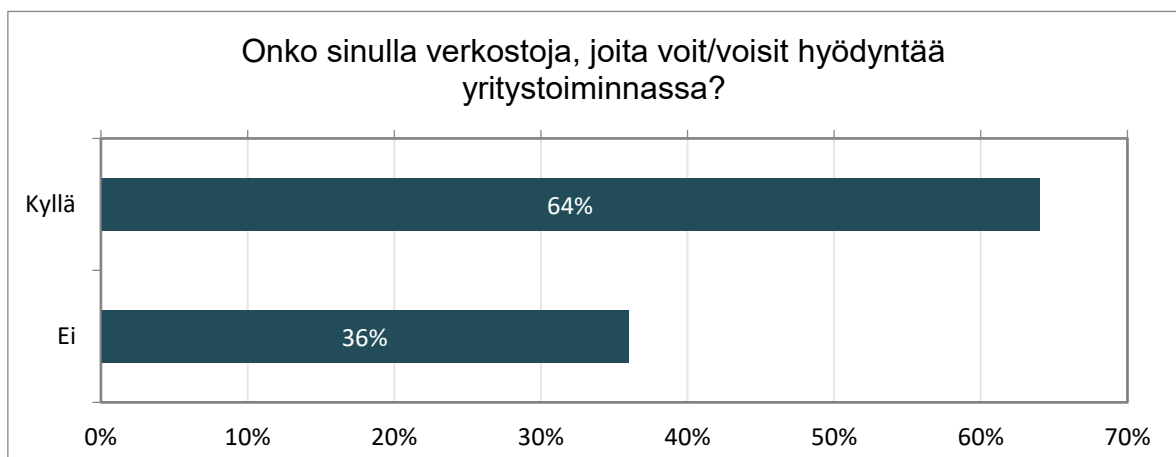
Tässä kaaviossa selvitetään, onko valmistuneet tradenomi suorittaneet muun alan opintoja ennen tradenomiksi valmistumista. Vastaajien määrä 146.



Kuva 22. Valmistuneiden tradenomien suoritetut muun alan opinnot.

Noin puolet (52 %) valmistuneista tradenomeista olivat suorittaneet muun alan opintoja. Lähes saman verran (48 %) vastaajista eivät olleet suorittaneet muun alan opintoja. Kysyimme myös minkä muiden alojen opintoja valmistuneet tradenomit ovat suorittaneet ennen tradenomiksi valmistumista, ja moni oli suorittanut esimerkiksi merkonomien opintoja, mutta vastauksiin mahtui laaja kirjo kaikenlaisia opintoja.

Seuraavassa kaaviossa esitetään valmistuneiden tradenomien vastaukset heille esitettyyn verkosto kysymykseen. Vastaajien määrä 143.



Kuva 23. Valmistuneiden tradenomien verkostot yritystoimintaan.

Suuri osa (64 %) vastaajista vastasi omaavansa verkostoja, joita voisi hyödyntää yritystoiminnassa. 36 %: vastasi, ettei omaa sellaisia verkostoja.

Seuraavaksi valmistuneet tradenomit arvioivat kokevatko omista verkostoista olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa. Vastaajien määrä 89.

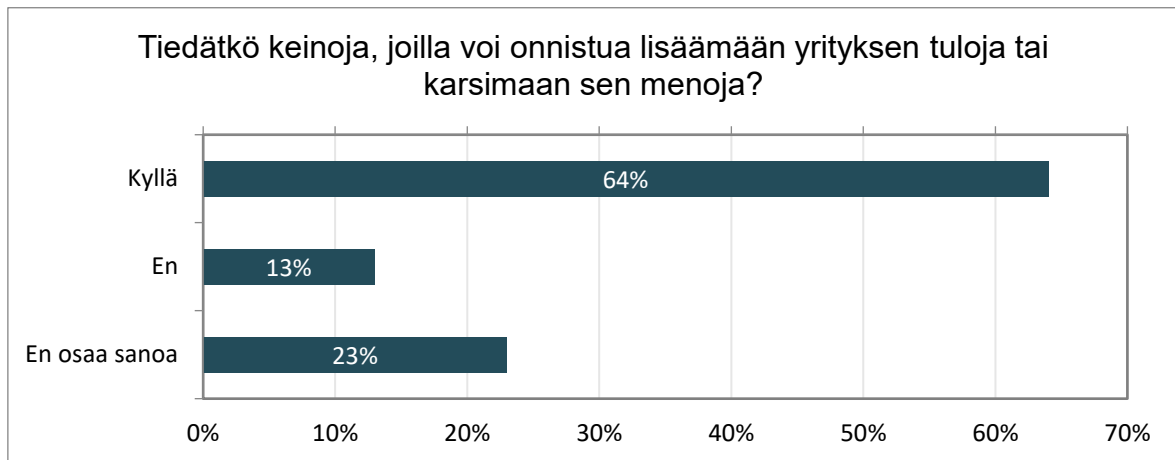


Kuva 24. Valmistuneiden tradenomien verkostojen hyödyllisyys yrityksen kannattavuuden parantamiseen.

Omat verkostot koetaan hyödyllisiksi yrityksen kannattavuuden parantamisessa suurimman osan (80 %) vastaajista keskuudessa vähintäänkin jossain määrin. Todella pieni osa (2 %) vastasi, ettei omista verkostoista ole hyötyä siinä. Loput vastaajista (18 %) eivät osanneet sanoa. Useat valmistuneista vastasivat myös kysymykseen ” Millä tavoin voit/voisit hyödyntää verkostojasi yritystoiminnassa?” ja saimme vastauksiksi:

- ”Verkostostani löytyy yrittäjiä, jotka voisivat toimia mentoreinani tai yhteistyökumppaneinani.”
- ”Omaan hyvät sidosryhmätaidot sekä omassa työssä että aiemmasta asiakasvastuutoimessa hankittuina Toimin nykyisin hyvin haastavassa ja nopeatempoisessa liiketoiminnan yhteydessä, jolloin stakeholder knoweledge ja stakeholder management ovat jokapäiväistä hommaa”
- ” Verkostoissa löytyy monia eri alojen ammattilaisia, joiden ammattitaitoa pystyisin tarvittaessa hyödyntämään niissä asioissa, joissa oma osaaminen ei ole niin vahvaa.”

Tässä kaaviossa puolestaan valmistuneet tradenomit vastaavat yrityksen kannattavuuden parantamiseen liittyvään kysymykseen. Vastaajien määrä 146.



Kuva 25. Valmistuneiden tradenomien tietämys tulojen lisäämisen ja menojen karsimisen keinoista.

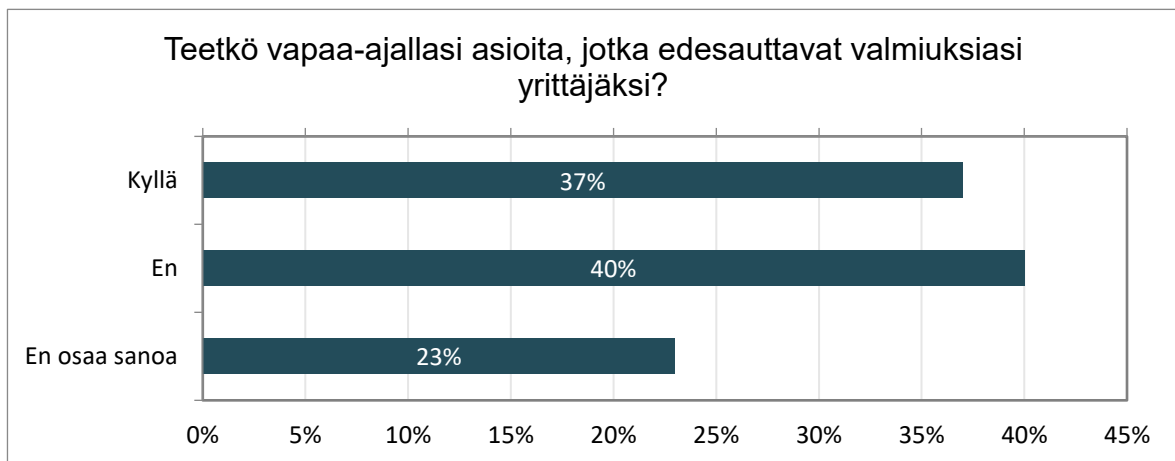
Valmistuneista tradenomeista 64 % tietää keinoja, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja tai karsimaan menoja. Loput vastaajista (36 %) eivät joko osaa sanoa tai eivät tiedä edellä mainittuja keinoja. Kysyimme valmistuneilta tradenomeilta myös, millaisia keinoja heillä on lisätä yrityksen tuloja ja karsia sen menoja. Saimme muun muassa seuraavanlaisia vastauksia:

- ” *Karsiminen: Tekemällä itse ne mitä osaa ja kilpailuttamalla ne mitä ei hallitse. Mainonta somen ja verkostojen kautta maksettujen mainosten sijaan. Järkevät toimitilat (ei arvokiinteistöön keskustassa, jos ei se oikeasti myös tuo lisää tuloja). Tulojen lisääminen: Maksulliset lisäpalvelut vanhoille asiakkaille, uusasiakashankinta, töiden teko alihankintana muille yrityksille. Kanta-asiakasohjelma, jottei vanhat asiakkaat karkaa kilpailijalle. Näitä löytyy paljon ja riippuu myös paljon yrityksen toimialasta ja koosta (myydäänkö raaka-ainetta toiminimellä vai konsulttipalveluita isossa osakeyhtiössä tai toisinpäin).*”
- ” *Henkilöstökulut ovat yksi suurimmista kulumenoista niiden sivukulujen takia. Näin ollen on suotavaa ulkoistaa tehtäviä tai hankkia aliurakoitsijoita. Toisen yrityksen aliurakoitsijana toimiminen on myös mahdollista kasvattaa omia tulojansa.*”
- ” *Tuotteiden myynnin suhteen mahdollisimman monen myyntikanavan löytäminen lisää tuloja. Menojen karsiminen on taas jatkuvaa työtä, jotta tuotteesta tulee asiakkaalle parempi (ja hinta on halvempi).*”

Päätoimiset yrittäjät nostivat esiin seuraavia keinoja:

- *"Uusasiakashankinta, Voisin halutessani tehdä useamman eri asiakkaan kanssa töitä"*
- *"Järjestelmällinen myynti ja markkinointi ovat perusasioita tulojen lisäämiseen. Kulujen osalta on tärkeää tunnistaa kiinteät kulut ja niiden järkevä taso."*
- *"Uudet asiakkuudet"*

Seuraava kaavio kertoo tekevtkö valmistuneet vapaa-ajallaan asioita, jotka edesauttavat valmiuksia yrittäjäksi. Vastaajien määrä 141.



Kuva 26. Valmistuneiden tradenomien vapaa-ajan käyttäminen valmiuksien lisäämiseen yrittämisessä

Kaaviosta ilmenee 37 %:n prosentin vastaajista tekevän vapaa-ajallaan asioita, jotka edesauttavat valmiuksia yrittäjäksi. Loput vastaajista (63 %) joko eivät tee vapaa-ajallaan yrittäjyyttä hyödyttäviä asioita tai eivät osaa sanoa tekevtkö. Selvitimme myös millaisia asioita valmistuneet tekevät ja vastauksi saimme muun muassa:

- *" Kampanjat, yhteistyösopimuksia lisää. Menoja voi karsia tarkastelemalla kulurakennetta ja hankintojen tarpeellisuutta."*
- *" Karsinta: hankintojen kilpailutus, kulujen karsinta. Lisäys: uusasiakashankinta, potentiaalisten asiakkaiden tarkka kartoitus, oikea-aikaisuus."*
- *"resursseja ostoon).*
 - *valmistuksen lopettaminen ja keskittyminen myyntiin (lyhytnäköistä mutta tehokasta)*
 - *verosuunnittelu*
 - *velkavivutus*
 - *teknologiainvestoinnit*

- *datan hyödyntäminen*
- *tiedolla johtaminen*
- *omistajuuden kulttuuri*
- *luottamuksen kasvattaminen”*
- *kumppanuusajattelu.”*

Tämä kaavio kertoo, olivatko valmistuneet tradenomit saaneet työkokemusta ennen tradenomiksi valmistumista työharjoittelun lisäksi. Vastaajien määrä 146.



Kuva 27. Valmistuneiden tradenomien työkokemus.

Valtaosa (88 %) valmistuneista tradenomeista olivat saaneet työkokemusta ennen tradenomiksi valmistumista, johon ei lasketa tradenomitutkintoon kuuluvaa työharjoittelua. Vähemmistö (12 %) ei ole saanut.

8 Pohdinta ja johtopäätökset

8.1 Kyselyiden johtopäätökset

Tärkein kysymys, jonka kysyimme molemmissa kyselyissä, oli ”**Koetko tradenomitutkinnon antavan/antaneen sinulle riittävät valmiudet, perustaa kannattava yritystoiminta heti valmistumisen jälkeen?**”. Opiskelevista tradenomeista valtaosa kokee tutkinnon antavan riittävät (43 %) valmiudet. Valmistuneista tradenomeista puolestaan valtaosa (57 %) kokee päinvastoin, eli valmistuneet ovat skeptisempiä sen suhteen. Opiskelijoiden vastauksista kävi ilmi, että miten varhaisemmassa vaiheessa opinnot olivat, sitä useammin kysymykseen vastattiin myöntävästi. Kyselyiden vastauksista voidaan todeta, että opiskelijat kokevat suuremmalta osin tradenomitutkinnon antavan riittävät valmiudet perustaa kannattava yritys heti valmistumisen jälkeen, kuin valmistuneet.

Kysyimme useita muita kysymyksiä molemmissa kyselyissä. Yksi kummassakin kyselyssä oleva kysymys oli verkostoihin liittyvä, johon esitettiin myös jatkokysymyksiä. Verkostokysymys oli seuraavanlainen ”**Onko sinulla verkostoja, joita voit/voisit hyödyntää yritystoiminnassa?**”. Molemmissa kyselyissä valtaosalla vastaajista oli verkostoja, joita he voivat/voisivat hyödyntää yritystoiminnassa. ”**Millä tavoin voit/voisit hyödyntää verkostojasi yritystoiminnassa?**” jatkokysymykseen vastattiin monipuolisesti ja konkreettisesti. Vastauksista käy ilmi, että opiskelijat ja valmistuneet tradenomit arvioivat itsensä hyvin verkostoituneiksi yritystoiminnan kannalta. Toinen jatkokysymyksistä oli ”**Koetko verkostoista olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa?**”, Valtaosa molempien kyselyiden vastaajista koki verkostoista olevan hyötyä ainakin jossain määrin.

Molempia kyselyitä yhdistävistä kysymyksistä kysyimme myös tradenomien aiemmista opinnoista. Opiskelevat sekä valmistuneet tradenomit ovat usein suorittaneet muun alan opintoja. Valmistuneista useampi oli suorittanut muun alan opintoja (52 %). Opiskelevista vastaavasti harvempi oli suorittanut muun alan opintoja (46 %). Valtaosalta molempiin kyselyihin vastanneista löytyy omasta mielestään yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä. Muutama suosittu persoonallisuuspiirre kummankin kyselyn keskuudessa oli sinnikkyys, ahkeruus ja periksiantamattomuus. Valmistuneet ja opiskelijat tietävät molemmat paljon konkreettisia keinoja yrityksen tulojen lisäämiseen ja menojen karsimiseen.

Osa kysymyksistä oli kohdistettu ainoastaan opiskeleville tradenomeille. Selkeää kiinnostusta perustaa yritys tradenomiksi valmistumisen jälkeen löytyi vain vähemmistöltä vastaajista (21 %). Kuitenkin yli puolet vastaajista ovat vähintään jossain määrin kiinnostuneita. Voidaan siis olla varmoja siitä, että kiinnostusta yrittämiseen löytyy nopealla aikataululla. Suurin osa opiskelijoista kokee vähintään jossain määrin tarvitsevansa työkokemusta

ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä. Harvalta tradenomeista puuttuu työkokemusta mahdollisen tradenomin harjoittelun lisäksi.

Osa kysymyksistä kohdistui myös ainoastaan valmistuneisiin tradenomeihin. Vain harva heistä on päätoimisia yrittäjiä (4 %) ja niistä kaikkien yritystoiminta on kannattavalla pohjalla. Myös valmistuneista vain harvalla puuttui työkokemusta työharjoittelun lisäksi ennen tradenomiksi valmistumista.

8.2 Tutkimuksen pohdinta ja johtopäätökset

Tutkimuksen lähtökohtana oli selvittää miten tradenomit arvioivat omia edellytyksiään perustaa kannattava yritys heti valmistumisen jälkeen. Kun kysyimme opiskelevilta tradenomeilta hyvin suoran kysymyksen ”**Koetko itseltäsi puuttuvan valmiuksia liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen?**”, kysymyksen vastauksien perusteluista selvisi useita puutoksia, joista monen kohdalla toistui liikeidean puuttuminen. Kysymykseen vastanneista peräti 66 % ovat sitä mieltä, ettei heillä ole riittävästi valmiuksia kannattavan yritystoiminnan perustamiseen. Tutkimuksesta selvisi kuitenkin, että opintojen loppuvaiheessa olevat kokevat vähemmän, että heillä olisi puutoksia valmiuksiin liittyen, kuin heitä vähemmän opiskelleet opiskelijat. Kun selvästi suurin osa opiskelijoista on tätä mieltä, voi olla tarpeen pohtia pitäisikö opintojen rakennetta uudistaa, jotta opiskelijat saisivat ainakin opinnoista omasta mielestään lisää valmiuksia ja näin parantaa heidän itseluottamustaan sekä mahdollisuuksia perustaa kannattava yritystä.

Jo muutamien kysymysten vastausten perusteella voidaan päätellä, että tradenomien valmiudet perustaa kannattava yritys opintojen ollessa kesken, ovat riittämättömät. Osuuspankin teettämästä kyselytutkimuksesta selvisi, että yrittäjyydestä haaveillaan nuorten keskuudessa usein sen antaman vapauden ja itsenäisyyden vuoksi (Taloustutkimus 2022). Kysyimme myös valmistuneilta tradenomeilta ovatko he päätoimisia yrittäjiä ja harvat heistä olivat, joten voimme päätellä yritystoiminnan perustamisen olevan harvinaista heti tutkinnon suorittamisen jälkeen. Kuitenkin kaikki vastaajat, jotka olivat yrittäjiä, sanoivat yritystoimintansa olevan kannattavaa. Päätoimiset yrittäjät ryhtyivät yrittäjiksi muun muassa sen tuoman vapauden ja itsenäisyyden vuoksi. Eräs vastaajista kertoi syyksi työllistymisen vaikeuden. Kukaan päätoimisista yrittäjistä ei ryhtynyt yrittäjäksi heti tradenomiksi valmistumisen jälkeen, vaan yrittäjäksi ryhdyttiin joko ennen valmistumista tai yli kahden vuoden kuluttua valmistumisen jälkeen. Yksi päätoimisista yrittäjistä oli ryhtynyt yrittäjäksi ennen valmistumista, koska yrityksen perustaminen kuului koulutukseen. Suoraan yrittäjyyteen painottuvat opinnot voivat antaa paremmat valmiudet yrittäjyyteen kuin vähemmän yrittäjyyteen painottuvat, koska niissä perustetaan oma yritys koulutuksen aikana. Päätoimiset yrittäjät olivat saaneet kokonaisuudessaan hyvän pohjan yrittäjyyteen niin työkokemuksen kuin

muidenkin aihepiirien osalta. Tämän tutkimuksen tuloksista päätellen tradenomitutkinto ei itsessään tarjoa riittävästi työkaluja perustamaan kannattavaa yritystä heti valmistumisen jälkeen.

Kysyimme tradenomeilta heidän työkokemuksestaan ja muun alan koulutuksista, jotta saisimme selville, onko heillä kertynyt muualta yrittäjän taitoja kuin tradenomitutkinnosta. Yrittäjän taidot jaetaan useaan osa-alueeseen kuten toimialan tuntemus, yrittäjäystaidot ja kehittyminen yrittäjänä. Selkeästi usealla oli käytynä myös muita koulutuksia ja taustalta löytyi työkokemusta. Monilla opiskelijoilla on useita yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä. Persoonallisuuspiirteitä käsittelevässä kappaleessa kävi ilmi, että myös menestyviltä yrittäjiltä löytyi joitakin yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä (Heikkinen 2007). Persoonallisuuspiirteitä on myös tutkittu väitöskirjatutkimuksessa Jyväskylän yliopistossa ja niillä on todistettu olevan yhteys yrityksen kasvuun (Heikkinen 2007).

Verkostoitumisesta on tutkittu paljon ja verkostotutkimuksia on useasti tutkittu samoihin teorioihin peilaten. Järvensivun (2019) mukaan esimerkiksi resurssiinriippuvuusteoria on tullut esille monessa tutkimuksessa. Verkostoitumisella pyritään saavuttamaan erilaisia asioita riippuen siitä mitä siltä lähdetään hakemaan. Yritykset voivat esimerkiksi pyrkiä saamaan mittakaavaetuja. Verkostoitumisen lähtökohtana on parantaa yrityksen kilpailukykyä ja kannattavuutta. (Järvensivu 2019.) Useat tradenomit vastasivat omaavansa verkostoja, joita voi hyödyntää yritystoiminnassa. Enemmistö heistä myös kokee verkostoista olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa.

Kannattavuuden parantamisen keinot tarkoittavat yrityksen kohdalla yksinkertaisuudessaan tulojen lisäämistä tai menojen karsimista. (Hyytinen & Maliranta 2015.) Tradenomiopiskelijat omasivat keinoja yrityksen kannattavuuden parantamiseen ja he osasivat myös kertoa konkreettisia keinoja siihen. Lähes kaikki, jotka mainitsivat konkreettisia keinoja, osaavat vähintään jossain määrin käyttää niitä käytännössä. Valmistuneista tradenomeista päätoimiset yrittäjät toivat esiin asiakkuuksien lisäämisen ja asiakaslähtöisyyden kannattavuuden parantamisen keinoina. Vastauksien perusteella voidaan sanoa tradenomien ymmärtävän hyvin, millaisilla keinoilla yrityksen kannattavuutta voidaan parantaa ja miten se käytännössä tapahtuu.

Lähteet

Almatalent 2022. Tunnuslukuopas. [Viitattu 30.3.2022]. Saatavissa: <https://www.almatalent.fi/tietopalvelut/tunnuslukuopas>

Business Finland 2021. Hinnoittelu ja ansaintalogiikka. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tuotekehitys-ja-teemat/kulttuurimatkailu/culture-creators/hinnoittelu-ja-ansaintalogiikka>

Duunitori 2015. Innovatiivisuus – Miksi se on tärkeää ja miten sitä voi kehittää. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: https://duunitori.fi/tyoelama/innovatiivisuus-miksi-se-on-tarkeaa-ja-miten-sita-voi-kehittaa?cq_src=google_ads&cq_cmp=1684044693&cq_term=&cq_plac=&cq_net=g&cq_plt=gp&qclid=Cj0KCQjw5oiMBhDtARIsAJi0qk1KoDqJpvT9ZD0zQEGa1n6E70KVZEV9H2soD85MeFLAeZtBW_SeQKcaAhpQEALw_wcB

Etlatieto 2021. Digibarometri 2021. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/10/Digibarometri-2021.pdf>

Finka. 2022. Yrittäjyys. [Viitattu 30.3.2022]. Saatavissa: <https://a-kassa.fi/avoinytottomyyskassa-tietoa-etuuksista/avoinytottomyyskassa-ansiopaivaraha/miten-yrittajyys-vaikuttaa-paivarahaani/>

Fried, J. 2011. Rework: tee työsi toisin. Porvoo: Atena.

Heikkinen, E. 2007. Yrittäjän persoonallisuus ja sen yhteys yrityksen kasvuun Big Five-teorian mukaan tarkasteltuna. Väitöskirja. Jyväskylän Yliopisto. Jyväskylä. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/18734/9789513931346.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Holvi 2021. 5 syytä ottaa ratkaiseva askel työntekijästä yrittäjäksi. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://blog.holvi.com/fi/5-syyta-ottaa-ratkaiseva-askel-tyontekijasta-yrittajaksi>

Hyytinen, A. & Maliranta, M. 2015. Yritysjohdon taloustiede: Yritykset taloudessa ja taloustieteessä. Spillover economics oy.

infoFinland 2021. Yritysmuodot. [Viitattu 31.3.2022]. Saatavissa: <https://www.infofinland.fi/fi/elama-suomessa/tyo-ja-yrittajyys/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot>

- Järvensivu, T. 2019. Verkostojen Johtaminen. Helsinki: Books on Demand GmbH.
- Kantar 2021. Yrittäjägallup 2021. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2022/01/Yrittajat-ja-osaaminen-Yrittajagallup-marras-jouukuu-2021.pdf>
- Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: uusi aika, uudenlainen johtaminen. Alma Talent.
- Koponen, J 2019. Alustatalous ja uudet liiketoimintamallit: kuinka muodonmuutos tehdään. Alma Talent.
- Lab 2021. Liiketalouden koulutus. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://opinto-opas.lab.fi/fi/68177/fi/68124>
- Omistajanvaihdosfoorumi 2021. Valtakunnallinen omistajanvaihdosbarometri. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/11/ov_barometri2021-1.pdf
- Opintopolku 2021. Tulokset haulle "yrittäjyys". [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: https://opintopolku.fi/app/#!/haku/yritt%C3%A4jyys?page=1&facetFilters=teachingLangCode_ffm:FI&tab=los
- Otus 2019. Opiskelijasta yrittäjäksi 2019. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/opiskelijasta_yrittajaksi_2019.pdf
- Peda 2013. Innovaatioiden määrittely ja kehittäminen. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://peda.net/p/johannespernaa/ajatuksia/2013/innovaatio>
- Proakatemia 2021. Tee itsestäsi paras tiimiyrittäjä. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://proakatemia.fi/>
- Pyykkö, M. 2015. Onnistu kasvuyrittäjänä. Kauppakamari.
- Roininen, P. 2011. Yrittäjämäinen ote johtamiseen. Alma Talent.
- Ruuskanen, P. 2020. Yrittäjyys siunaus vai kirous. Aikamedia Oy.
- Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. Strategiana asiakaskokemus: miksi, mitä miten. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Sekki, A. 2021. Alustatalousyrittäjyys. IA&N Consulting.
- Suomi.fi-verkkotoimitus 2019. Yrittäjän persoonallisuuspiirteet. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi/yrittajan-persoonallisuuspiirteet>

Suomi 2021. Tietoa ja palveluja yrityksille ja yrityksen perustajille. [Viitattu 7.3.2022].
Saataavissa: <https://www.suomi.fi/yritykselle>

Suomi 2021. Yrittäjän taidot. [Viitattu 7.3.2022]. Saataavissa:
<https://www.suomi.fi/yritykselle/yrityksen-perustaminen/yritystoiminnan-suunnittelu/opas/olisiko-minusta-yrittajaksi/yrittajan-aidot>

Suomi 2021. Yrityksen johtaminen. [Viitattu 7.3.2022]. Saataavissa:
<https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-kehittaminen/johtaminen/opas/yrityksen-johtaminen>

Suomen riskienhallintayhdistys 2021. Verkostoitumisen riskit ja niiden hallinta. [Viitattu 7.3.2022].
Saataavissa: <https://pk-rh.fi/riskien-luokittelu/taloudelliset-riskit/liikeriskit/verkostoitumisen-riskit.html>

Spoken 2022. Internet-kysely. [Viitattu 8.4.2022]. Saataavissa: <https://spoken.fi/maarallisen-tutkimuksen-aineistonkeruumenetelmat/>

Taloustutkimus 2022. OP:n kyselytutkimus: lähes kolmannes suomalaisista pitää yrittäjyyttä houkuttelevana - työn merkityksellisyys motivoi vaurastumista enemmän. Osuuspankki [Viitattu 7.3.2022]. Saataavissa: <https://news.cision.com/fi/op-ryhma/r/op-n-kyselytutkimus--lahes-kolmannes-suomalaisista-pitaa-yrittajyytta-houkuttelevana---tyon-merkityk,c3481243>

Taloustutkimus 2021. Pk-yritysbarometri. [Viitattu 7.3.2022]. Saataavissa:
https://www.yrittajat.fi/wp-content/uploads/2021/09/pk-yritysbarometri_syksy_2021_vk_kalvot.pdf

Tietojohtaminen 2021. Tietojohtaminen. [Viitattu 7.3.2022]. Saataavissa:
<https://www.tietojohtaminen.com/tietojohtaminen>

Tiimiakatemia 2021. Opiskele yrittäjyyttä tekemällä oikeaa bisnestä. [Viitattu 7.3.2022].
Saataavissa: <https://www.tiimiakatemia.fi/>

Tuominen, K. 2021. Verkostoitumalla kasvua, kehittymistä ja kannattavuutta. Benchmarking.

Ukko 2021. Asiakashankinta on yritystoiminnan edellytys - Näin teet sen oikein!. [Viitattu 7.3.2022].
Saataavissa: <https://www.ukko.fi/yrittajyyskoulu/asiakashankinta-on-yritystoiminnan-edellytys-nain-teet-sen-oikein/>

Uusyrittäjäkeskus 2021. Minustako yrittäjä?. [Viitattu 29.3.2022]. Saataavissa:
<https://uusyrityskeskus.fi/minustako-yrittaja/>

Uusyrittyskeskus 2021. Oman työn hinnoittelu. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/oman-tyon-hinnoittelu/>

Uusyrittyskeskus 2018. Verkostoituminen pitää yrittäjän vetreänä. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/blogi/verkostoituminen-pitaa-yrittajan-vetreana/>

Vilkkä, H. 2007. Tutki ja mittaa. [Viitattu 8.4.2022]. Saatavissa: https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Visma 2018. 10 tekijää, jotka syövät yrityksesi kannattavuutta. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://psa.visma.fi/blog/10-tekijaa-syovat-kannattavuutta/>

Visma 2022. CRM-järjestelmä (Customer Relationship management). [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: https://psa.visma.fi/ominaisuudet/crm-ja-myynti/?gclid=CjwKCAiAo4OQBhBBEiwA5KWu_7SRWZS84X3pf4HUau7GydbAel6Xw0klhb1hjtLkr3-5maXysBcl0RoCtWsQAvD_BwE

Yrittäjät 2019. Opiskelijasta yrittäjäksi 2019 – Korkeakouluopiskelijoiden yrittäjyys ja yrittäjyshalukkuus. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/suomen-yrittajat/tutkimukset/muut-tutkimukset/opiskelijasta-yrittajaksi-2019>

Yrittäjät 2022. Tutkimukset. [Viitattu 29.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tutkimukset/>

Yrittäjät 2021. Yhteisö. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/palvelut-ja-edut/yhteiso/>

Yrittäjät 2021. Yrityksen kasvattaminen. [Viitattu 7.3.2022]. Saatavissa: <https://www.yrittajat.fi/tietopankki/kasvu-ja-kehitys/yrityksen-kasvattaminen/>

Yrityksen-Perustaminen n.d. Sivutoiminen yrittäjä. [Viitattu 31.3.2022]. Saatavissa: <https://yrityksen-perustaminen.net/sivutoiminen-yrittaja/>

Äijö, T. 2015. Sales intelligence: a smarter way to sell. Big Brown House Publishing Company.

Webropol 2022. Webropol Etusivu. [Viitattu 8.4.2022]. Saatavissa: [https://new.webropolsurveys.com/?cancellationToken=System.Threading.CancellationTok
en](https://new.webropolsurveys.com/?cancellationToken=System.Threading.CancellationTok
en)

Liite 1. Opiskelevien tradenomien kyselykysymykset

Alla on esitetty kysymykset Tradenomien yrityskyselystä.

1. Minkä korkeakoulun opiskelija olet?
2. Kuinka monta vuotta olet opiskellut tradenomitutkintoa?
3. Koetko tradenomitutkinnon antavan sinulle riittävät valmiudet perustaa kannattava yritystoiminta heti valmistumisen jälkeen?
4. Oletko suorittanut tradenomiopintojen lisäksi muun alan opintoja?
5. Minkä muun alan opintoja olet suorittanut ennen tradenomiksi valmistumista?
6. Onko sinulla kiinnostusta aloittaa päätoiminen yrittäjyys heti valmistumisen jälkeen?
7. Mitkä persoonallisuuspiirteet mielestäsi ovat tyypillisiä yrittäjille?
8. Onko sinulla mielestäsi yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä?
9. Teetkö vapaa-ajallasi asioita, jotka edesauttavat valmiuksiasi yrittäjäksi?
10. Millaisia asioita teet vapaa-ajallasi, jotka edesauttavat valmiuksiasi yrittäjäksi? (yritystapahtumat, aiheeseen liittyvä kirjallisuus)
11. Tiedätkö keinoja, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja tai karsimaan sen menoja?
12. Millaisia keinoja tiedät tai saatat tietää, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja ja/tai karsimaan sen menoja?
13. Voisitko toteuttaa mainitsemiasi keinoja käytännössä?
14. Miten toteuttaisit tai olet toteuttanut mainitsemiasi keinoja käytännössä?
15. Onko sinulla verkostoja, joita voit/voisit hyödyntää yritystoiminnassa?
16. Millä tavoin voit/voisit hyödyntää verkostojasi yritystoiminnassa?
17. Koetko verkostoistasi olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa?
18. Perustele halutessasi edellisen kysymyksen vastausta?
19. Koetko itseltäsi puuttuvan valmiuksia liittyen kannattavan yritystoiminnan perustamiseen?

20. Perustele edellisen kysymyksen vastausta.
21. Koetko tarvitsevasi työkokemusta valmistumisen jälkeen ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä?
22. Perustele miksi koet tai et koe tarvitsevasi työkokemusta valmistumisen jälkeen ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä?
23. Oletko saanut työkokemusta mahdollisen tradenomin työharjoittelun lisäksi?
24. Miltä alalta olet saanut työkokemusta mahdollisen tradenomitutkintoon kuuluvan työharjoittelun lisäksi?
25. Minkä kokoisissa yrityksissä olet työskennellyt?
26. Oletko saanut yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja/tai tietoa työpaikoilla?
27. Vastaa halutessasi millaista yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja/tai tietoa olet saanut työpaikoilla?

Liite 2. Valmistuneiden tradenomien kyselykysymykset

Alla on esitetty kysymykset valmistuneiden Tradenomien yrityskyselystä.

1. Minkä korkeakoulun kävit?
2. Minä vuonna valmistuit?
3. Oletko päätoiminen yrittäjä?
4. Onko yritystoimintasi pääasiassa kannattavaa?
5. Milloin perustit yrityksen?
6. Miksi ryhdyit yrittäjäksi?
7. Jos olet yrittäjä niin, olitko saanut työkokemusta toimialalta, jolla ryhdyit yrittäjäksi?
8. Minkälaista työkokemusta olet saanut?
9. Mitä olisit toivonut tietäväsi ennen päätoimiseksi yrittäjäksi ryhtymistä?
10. Mitkä persoonallisuuspiirteet ovat mielestäsi tyypillisiä yrittäjille?
11. Onko sinulla mielestäsi yrittäjälle tyypillisiä persoonallisuuspiirteitä?
12. Koetko tradenomitutkinnon antaneen sinulle riittävät valmiudet perustaa kannattava yritystoiminta heti valmistumisen jälkeen?
13. Olitko suorittanut muun alan opintoja ennen tai jälkeen tradenomiksi valmistumista?
14. Minkä muun alan opintoja suoritit tradenomiopintojen lisäksi?
15. Onko sinulla verkostoja, joita voit/voisit hyödyntää yritystoiminnassa?
16. Millä tavoin voit/voisit hyödyntää verkostojasi yritystoiminnassa?
17. Koetko verkostoistasi olevan hyötyä yrityksen kannattavuuden parantamisessa?
18. Perustele halutessasi edellisen kysymyksen vastausta.
19. Teetkö vapaa-ajallasi asioita, jotka edesauttavat valmiuksiasi yrittäjäksi?
20. Millaisia asioita teet vapaa-ajallasi, jotka edesauttavat valmiuksia yrittäjäksi? (yritystapahtumat, aiheeseen liittyvä kirjallisuus)
21. Tiedätkö keinoja, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja tai karsimaan sen menoja?

22. Millaisia keinoja tiedät tai saatat tietää, joilla voi onnistua lisäämään yrityksen tuloja tai karsimaan sen menoja?
23. Voisitko toteuttaa mainitsemiasi keinoja käytännössä?
24. Miten toteuttaisit tai olet toteuttanut mainitsemiasi keinoja käytännössä?
25. Olitko saanut työkokemusta ennen tradenomiksi valmistumista työharjoittelun lisäksi?
26. Miltä toimialalta olet saanut työkokemusta mahdollisen tradenomitutkintoon kuuluvan työharjoittelun lisäksi ennen valmistumista?
27. Minkä kokoisissa työpaikoissa työskentelit ennen valmistumista?
28. Saitko yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja/tai tietoa työpaikoissa ennen valmistumista?
29. Vastaa halutessasi millaista yrittäjyyteen liittyvää osaamista ja/tai tietoa sait työpaikoilla ennen valmistumista?